บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยประชากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 340 ตัวอย่าง โดยเลือกเก็บข้อมูลสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากกลุ่มผู้ที่เคยมาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 12 แห่งได้แก่ คลินิกเทคนิคการแพทย์ เซ็นทรัลแล็บ ล้านนาแล็บคลินิกเทคนิคการแพทย์ เชียงใหม่คลินิกเทคนิคการแพทย์ คลินิกเอ็มทีแล็บ(เชียงใหม่)เทคนิคการแพทย์ สมบัติคลินิกเทคนิคการแพทย์ เด่นแล็บคลินิกเทคนิคการแพทย์ ปิติภัทรคลินิกเทคนิคการแพทย์ คลินิกเทคนิคการแพทย์ทุ่งโฮเต็ล เฮลธ์แคร์เมดิคอลแล็บคลินิกเทคนิคการแพทย์ แม่โจ้คลินิกแล็บเทคนิคการแพทย์ พาธแล็บคลินิกเทคนิคการแพทย์สาขาเชียงใหม่ คลินิกเทคนิคการแพทย์เชียงใหม่อาร์ไอเอแล็บ ทั้งนี้เพื่อการกระจายของข้อมูล ได้เก็บแบบสอบถามจากคลินิกเทคนิคการแพทย์ แห่งละเท่าๆกัน วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย ร้อยละ 50.9 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 32.6 มีสถานภาพสมรสโสด ร้อยละ 54.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 33.5 มีอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 26.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 49.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรม ในการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านพนักงานหรือบุคคล รองลงมาด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีบริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา คือ มีคลินิกเทคนิคการแพทย์ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันที่เกี่ยวข้อง (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีเครื่องมือที่ทันสมัย และสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ การคิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา อัตราค่าบริการตรวจเหมาะสมไม่แพงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการคิดค่าบริการแบบเลือกได้ในอัตราต่างๆ กัน (แบบ Package) (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ การแถมโปรแกรมตรวจต่างๆ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา คือ มีป้ายโฆษณา และโบรชัวร์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ กลิ่นไม่เหม็นเหมือนโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ สถานที่ตั้งอยู่ติดถนนมองหาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีที่พักนั่งรอฟังผล (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ นักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รองลงมา คือ นักเทคนิคการแพทย์มีใบประกอบโรคศิลป์ที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.20) และนักเทคนิคการแพทย์มีความรู้และความชำนาญในการตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจน และ มีเลขที่อนุญาตครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา คือ เครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) ห้องตรวจมีความสะอาด และเป็นสัดส่วน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ สามารถโทรสอบถามได้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ ไม่ต้องรอตรวจนาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีความปลอดภัย และเชื่อถือในการให้บริการตรวจ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ส่วนที่ 3 สรุปผลการศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้บริการตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วย คิดเป็นร้อยละ 74.7 โดยตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 43.5 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ 101-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.1 ช่วงเวลา 8.00-11.00น. คิดเป็นร้อยละ 32.9 ในวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 59.1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จะเลือกใช้บริการแล้วแต่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 59.7 โดยจะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้บริการห้องปฏิบัติการทางเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน คิดเป็นร้อยละ 68.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน มาแล้ว 1-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ70.9 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ หลังจากใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ คือ ระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.77 จะกลับมาใช้บริการอีก คิดเป็นร้อยละ 69.1 และจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ คิดเป็นร้อย 60.9 เหตุผลของการใช้บริการ ลำดับแรก คือ การใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนที่ไม่ใช้ในโรงพยาบาล ไม่ต้องรอตรวจนานๆ คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมา คือ ไม่ต้องรอผลตรวจนานๆ คิดเป็นร้อยละ 53.0 และ มีราคาที่สมเหตุสมผลกับโปรแกรมการตรวจ คิดเป็นร้อยละ 32.8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาล มีเหตุผลของการใช้บริการ ลำดับแรก คือ ห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาลเนื่องจากมีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 90.7 รองลงมา คือ สถานที่ตั้งหาง่าย ไป-มาสะดวก คิดเป็นร้อยละ 67.6 และมีโปรแกรมตรวจที่หลากหลายให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 57.4

ส่วนที่ 4 สรุปผลการศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ และต้องการเสนอแนะ ลำดับแรก คือ คลินิกเทคนิคการแพทย์ไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 39.4 และไม่มีป้ายโฆษณา และโบรชัวร์ต่างๆเพื่อการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 24.4

ส่วนที่ 5 สรุปผลการศึกษา ข้อมูลแสดงปัจจัยทางการตลาดบริการ พฤติกรรม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับเพศหญิง คือ ให้ความสำคัญมากกับการมีบริการนอกสถานที่

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับเพศหญิง คือ ให้ความสำคัญมากกับการคิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ตรงกันกับเพศหญิง คือ ให้ความสำคัญมากกับการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ การแถมโปรแกรมตรวจต่างๆ ฯลฯ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับเพศหญิง คือ ให้ความสำคัญมากกับกลิ่นไม่เหม็นเหมือนโรงพยาบาล

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากที่นักเทคนิคการแพทย์นักเทคนิคการแพทย์มีใบประกอบโรคศิลป์ที่ถูกต้อง และเพศหญิง ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากที่นักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับเพศหญิง คือ ให้ความสำคัญมากใน ป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจน และมีเลขที่อนุญาตครบถ้วน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับการไม่ต้องรอพลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และเพศหญิง ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับไม่ต้องรอพลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และการไม่ต้องรอตรวจนาน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ ใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วย โดยทุกเพศส่วนใหญ่และจะตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ 101-500 บาทบาท ซึ่งเท่ากับเพศหญิง ที่ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ 101-500 บาท วันจันทร์-ศุกร์ เป็นวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการ โดยเพศชาย ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการ เวลา 08:00-11:00 น.และเพศหญิง ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการ เวลา 17:01-20:00 น.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ผู้ตอบทุกเพศจะเลือกใช้บริการแล้วแต่สะดวก และส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากเพื่อน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามเพศ พบว่า สำหรับการใช้บริการตรวจ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศส่วนใหญ่จะใช้บริการห้องปฏิบัติการทางเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศเคยใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนมาแล้ว 1-5 ครั้ง โดย ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากหลังจากใช้บริการ ผู้ตอบทุกเพศจะกลับมาใช้บริการอีก และ จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ คลินิกเทคนิคการแพทย์ เหตุผลของการใช้บริการ ที่ผู้ตอบทุกเพศ ตอบตรงกันลำดับแรก คือ การใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนไม่ต้องรอตรวจนานๆ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาล มีเหตุผลของการใช้บริการ ที่ผู้ตอบทุกเพศ ตอบตรงกันลำดับแรก คือ ห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหามากที่สุดในเรื่องการไม่มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์ และเพศหญิง พบปัญหามากที่สุดในเรื่องคลินิกเทคนิคการแพทย์ไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

ส่วนที่ 6 สรุปผลการศึกษา ข้อมูลแสดงปัจจัยทางการตลาดบริการ พฤติกรรม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับอายุ 30 ปีขึ้นไป คือ ให้ความสำคัญมากกับมีบริการนอกสถานที่

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าบริการตรวจที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป และอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การคิดค่าบริการ/รับชำระเงินที่ถูกต้อง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ตรงกันกับอายุ 30 ปีขึ้นไป คือ ให้ความสำคัญมากกับการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ การแถมโปรแกรมตรวจต่างๆ ฯลฯ สำหรับค่าเฉลี่ยความสำคัญต่ำสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปีและอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับปานกลางที่ตรงกัน คือ แพทย์แนะนำมา

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับอายุ 30 ปีขึ้นไป คือ ให้ความสำคัญมากกับกลิ่นไม่เหม็นเหมือนโรงพยาบาล

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากที่นักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ และอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากที่นักเทคนิคการแพทย์มีใบประกอบโรคศิลป์ที่ถูกต้อง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับอายุ 30 ปีขึ้นไป คือ ป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจน และมีเลขที่อนุญาตครบถ้วน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับการไม่ต้อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รอพลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับการไม่ต้องรอตรวจนาน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่ ใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วย โดยทุกช่วงของอายุ ส่วนใหญ่และจะตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง โดยผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ 1,500-2,000 บาท ซึ่งสูงกว่า ช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี ที่ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ 101-500 บาท วันจันทร์-ศุกร์ เป็นวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการ โดยช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการ เวลา 17:01-20:00 น. และช่วงอายุ30 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการ เวลา 08:00-11:00 น. สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ผู้ตอบทุกช่วงอายุ จะเลือกใช้บริการแล้วแต่สะดวก โดย อายุไม่เกิน 30 ปีส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากเพื่อน ส่วนอายุ 30 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่ จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากคนในครอบครัว

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามอายุ สำหรับการใช้บริการตรวจและ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุส่วนใหญ่จะใช้บริการห้องปฏิบัติการทางเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุเคยใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน มาแล้ว 1-5 ครั้ง โดยอายุไม่เกิน 30 ปีส่วนใหญ่ และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากหลังจากใช้บริการ ส่วนอายุ 30 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจมากหลังจากใช้บริการ ผู้ตอบทุกช่วงอายุจะกลับมาใช้บริการอีก โดยอายุ 30 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่ จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ แต่สำหรับผู้ตอบอายุไม่เกิน 30 ปีส่วนใหญ่ ตอบว่า ไม่แน่ใจ ที่จะแนะนำ บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ เหตุผลของการใช้บริการ ที่ผู้ตอบทุกช่วงอายุ ตอบตรงกันลำดับแรก คือ การใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนไม่ต้องรอตรวจนานๆ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามอายุ พบว่า สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาล มีเหตุผลของการใช้บริการ ที่ผู้ตอบทุกช่วงอายุ ตอบตรงกันลำดับแรก คือ ห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี พบปัญหามากที่สุดในเรื่องคลินิกเทคนิคการแพทย์ไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และอายุ 30 ปีขึ้นไป พบปัญหามากที่สุดในเรื่องไม่มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์

ส่วนที่ 7 สรุปผลการศึกษาข้อมูลแสดงปัจจัยทางการตลาดบริการ พฤติกรรม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกัน คือ ให้ความสำคัญมากกับมีบริการนอกสถานที่ และรายได้20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญกับการมีเครื่องมือที่ทันสมัย และสะอาดปลอดภัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันคือ ให้ความสำคัญมากกับ การคิดค่าบริการ/รับชำระเงินที่ถูกต้อง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันคือ ให้ความสำคัญมากกับ การมีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ การแถมโปรแกรมตรวจต่างๆ ฯลฯ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกัน คือ ให้ความสำคัญมากกับกลิ่นไม่เหม็นเหมือนโรงพยาบาล และรายได้20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับสถานที่ตั้งอยู่ติดถนนมองหาได้ง่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สำคัญมากนักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ ,นักเทคนิคการแพทย์ และพนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และสุภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สำคัญมากที่นักเทคนิคการแพทย์มีใบประกอบโรคศิลป์ที่ถูกต้อง และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สำคัญมากที่นักเทคนิคการแพทย์มีความรู้และความชำนาญในการตรวจ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สำคัญมากกับป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจน และ มีเลขที่อนุญาตครบถ้วน รายได้10,000-20,000 บา และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกันกับ คือ สำคัญมากที่ต้องมีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกัน คือ ให้ความสำคัญมากกับการไม่ต้องรอผลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และรายได้20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับไม่ต้องรอตรวจนาน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ ใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วย รายได้10,000 - 20,000 บาทส่วนใหญ่ ใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ตรวจสุขภาพประจำปี และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ ใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วยและตรวจสุขภาพประจำปี โดยทุกช่วงรายได้จะตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง โดยรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากที่สุด คือ 1,500-2,000 บาท รองลงมา รายได้10,000 - 20,000 บาท ใช้จ่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าบริการ 1,001-1,500 บาท และใช้จ่าย 101-500 บาท สำหรับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท วันจันทร์-ศุกร์ เป็นวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการ เวลา 08:00-11:00 น. และเวลา 17:01-20:00 น. สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ผู้ตอบรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ10,000 - 20,000 บาท จะเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ตามความสะดวก และสำหรับรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปจะเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์สลับกันไปเรื่อยๆ โดยรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทจะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากเพื่อน ส่วนรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากคนในครอบครัว

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน สำหรับการใช้บริการตรวจและ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่จะใช้บริการห้องปฏิบัติการทางเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ เคยใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน มาแล้ว 1-5 ครั้ง โดยรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก หลังจากใช้บริการ ส่วนรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากหลังจากใช้บริการ ผู้ตอบทุกกลุ่มรายได้จะกลับมาใช้บริการอีก โดยรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ แต่สำหรับผู้ตอบรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ ตอบว่า ไม่แน่ใจ ที่จะแนะนำ บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ เหตุผลของการใช้บริการ ที่ผู้ตอบทุกกลุ่มรายได้ ตอบตรงกันลำดับแรก คือ การใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนไม่ต้องรอตรวจนานๆ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาล มีเหตุผลของการใช้บริการ ที่ผู้ตอบทุกกลุ่มรายได้ตอบตรงกันลำดับแรก คือ ห้องปฏิบัติการเทคนิคการแพทย์ของโรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ10,000 - 20,000 บาท พบปัญหามากที่สุดในเรื่องคลินิกเทคนิคการแพทย์ไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป พบปัญหามากที่สุดในเรื่องไม่มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ,2546) ที่ได้อธิบายถึง เหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งอภิปรายผลตามแนวคิดโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (S-R Theory) ได้ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimuli)

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาตามโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (S-R Theory) พบว่า สิ่งกระตุ้นตาม(S-R Theory) คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งในที่นี้คือปัจจัยทางการตลาดบริการ 7' Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด สถานที่ให้บริการ พนักงานหรือบุคคล หลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยทางการตลาดบริการ สำหรับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด คือ ปัจจัยการตลาดด้านพนักงาน หรือบุคคล ที่ว่านักเทคนิคการแพทย์ควรอธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2542) ที่พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในระดับมาก อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านบุคลากรของโรงพยาบาลที่ให้ความดูแลเอาใจใส่ และกระตือรือร้น และก็ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรินยา จตุราวิชานันท์ (2546)ซึ่งพบในทำนองเดียวกันว่าปัจจัยทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนหรือคิดที่จะเปลี่ยนสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยและปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกก็คือบุคลากรหรือพนักงานเช่นกันซึ่งก็คือความรู้ความสามารถของแพทย์ พนักงานในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box)

จากการศึกษาจะเน้นพิจารณาจากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process)เท่านั้นซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนคือ 1.การรับรู้ความต้องการ(ปัญหา) 2.การค้นหาข้อมูล 3.การประเมินผลทางเลือก 4.การตัดสินใจใช้บริการ 5.พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า 1. ปัญหาที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์คือการเจ็บป่วยสูงที่สุดซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรินยา จตุราวิชานันท์ (2546) ซึ่งผลการวิจัยบอกไว้ว่าพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูนมาใช้บริการสถานพยาบาลส่วนใหญ่มาจากการเจ็บป่วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ บาระมีชัย(2550)เช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยบอกไว้ว่าผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านขายยานั้นคือ การรักษาโรค/ป้องกันโรค/เจ็บป่วย/อุบัติเหตุ 2.การค้นหาข้อมูลผู้ตอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามได้รับข้อมูลของคลินิกเทคนิคการแพทย์มาจากเพื่อนซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรินยา จตุราวิชานันท์ (2546) เพราะได้บอกไว้ว่าพนักงานในนิคมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานพยาบาลจากบริษัทที่ทำงานที่ไม่สอดคล้องกันน่าจะเป็นเพราะการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์นั้นเป็นใครก็ได้ แต่พนักงานนิคมในงานวิจัยของ ศรินยา จตุราวิชานันท์ (2546) นั้นสถานพยาบาลส่วนใหญ่ในโครงการประกันสังคมบริษัทต้นสังกัดจะเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคมอยู่แล้ว 3.การประเมินผลทางเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินผลทางเลือกและเลือกใช้บริการแล้วแต่สะดวกเป็นส่วนมากซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธิดารัตน์ บาระมีชัย (2550) ซึ่งผลของงานวิจัยบอกไว้ว่าผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการร้านยาที่ใกล้บ้านซึ่งอาจเป็นเพราะจำนวนของร้านขายยานั้นในปัจจุบันมีอยู่เป็นจำนวนมากและอยู่ในแหล่งที่อยู่อาศัยเป็นส่วนมาก 4.การตัดสินใจใช้บริการ ส่วนมากจะตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเองเป็นหลักซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ บาระมีชัย (2550) ซึ่งผลของงานวิจัยบอกไว้ว่าผู้บริโภคตัดสินใจด้วยตนเองเป็นหลักเพราะการตระหนักถึงปัญหานั้นก็มาจากตนเองเป็นหลักอยู่แล้วเช่นกัน 5.พฤติกรรมหลังการใช้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และจะกลับมาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนอีก และจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการด้วย ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ บาระมีชัย (2550)ซึ่งผลของงานวิจัยบอกไว้ในลักษณะเช่นเดียวกัน

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response)

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ(Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ให้บริการ การเลือกเวลาในการใช้บริการ การเลือกปริมาณการใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่เคยใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์มาแล้วนั้นส่วนใหญ่จะเลือกตรวจการตรวจทางเคมีคลินิกและพิษวิทยา และการเลือกตราและเลือกผู้ให้บริการจะเลือกตามสะดวกเป็นส่วนใหญ่ ไม่เจาะจงที่ใดที่หนึ่งเพราะผู้บริโภคยังไม่มีความภักดีในคลินิกเทคนิคการแพทย์แห่งใดแห่งหนึ่งซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ บาระมีชัย (2550)ซึ่งผลของงานวิจัยบอกไว้ว่าส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการจากร้านเดิมที่เคยไปดังนั้นในส่วนของร้านยาผู้บริโภคมีความภักดีต่อ Brand หรือ ร้านยามากกว่า ส่วนเวลาในการเลือกใช้บริการนั้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลือกใช้อยู่ในสองช่วงเวลาคือ 08.00 – 11.00 น.และ 17.00 – 20.00 น.ซึ่งก็สอดคล้องกันกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ บาระมีชัย (2550) ซึ่งผลของงานวิจัยบอกไว้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 17.01-19.00 ซึ่งน่าจะเป็นเวลาของการเลิกทำงานเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนปริมาณการใช้บริการนั้นพิจารณาจากจำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งนั้นพบว่าเป็นจำนวนเงินที่ไม่สูงมากนักอยู่ที่ 100 -500 บาท ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ บาระมีชัย (2550) ซึ่งผลของงานวิจัยบอกไว้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 100-250 บาท ซึ่งก็พบว่าอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากเช่นกัน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีข้อค้นพบ ดังต่อไปนี้

1. ข้อค้นพบในปัจจัยทางการตลาดบริการ

จากผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับสำคัญมากในทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญมากลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล มีปัจจัยย่อยค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด ได้แก่ นักเทคนิคการแพทย์ควรอธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ ให้ความสำคัญมากลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีปัจจัยย่อยค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด ได้แก่ การที่ไม่ต้องรอผลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และให้ความสำคัญมากลำดับ 3 ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีปัจจัยย่อยค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด ได้แก่ ป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจน และ มีเลขที่อนุญาตครบถ้วน

2. ข้อค้นพบในพฤติกรรมการใช้บริการคลินิคเทคนิกการแพทย์

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิกการแพทย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วยและผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ หลังจากใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชน คือ ระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.77 เหตุผลของการใช้บริการ คือ ไม่ต้องรอตรวจนานๆ ไม่ต้องรอผลตรวจนานๆ

3. ข้อค้นพบในปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ และต้องการเสนอแนะ ลำดับแรก คือ คลินิกเทคนิคการแพทย์ไม่เป็นที่รู้จัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รองลงมา คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์ และไม่มีป้ายโฆษณาและโบรชัวร์ต่างๆเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. ข้อค้นพบในการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดบริการ พฤติกรรมและปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับการไม่ต้องรอพลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และเพศหญิง ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญมากกับไม่ต้องรอพลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และการไม่ต้องรอตรวจนาน

จากการศึกษาความสำพันธ์ของของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามเพศพบว่า ประเด็นที่น่าสนใจคือผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการอยู่ในระหว่าง 100-500 บาทซึ่งพบว่าเป็นร้อยละที่สูงที่สุด

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของระดับความสำคัญในปัจจัยการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อย แต่มีบางประเด็นที่แตกต่างกัน คือ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยสูงสุดในอัตราค่าบริการตรวจที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป และอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดใน การคิดค่าบริการ/รับชำระเงินที่ถูกต้อง ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดในการที่นักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ และอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ในการที่นักเทคนิคการแพทย์มีใบประกอบโรคศิลป์ที่ถูกต้อง ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ในการไม่ต้องรอพลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ และอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยสูงสุด ในการไม่ต้องรอตรวจนาน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในทั้งสองช่วงอายุมาใช้บริการจำนวนเท่าๆกันแต่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองช่วงอายุมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ 1,500-2,000 บาท ซึ่งสูงกว่า ช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี ที่ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ101-500 บาท วันจันทร์-ศุกร์ เป็นวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการ โดยช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการ เวลา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

17:01-20:00 น. และช่วงอายุ30 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่จะมาใช้บริการ เวลา 08:00-11:00 น. สำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ ผู้ตอบทุกช่วงอายุ จะเลือกใช้บริการแล้วแต่สะดวก โดย อายุไม่เกิน 30 ปีส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากเพื่อน ส่วนอายุ 30 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่ จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากคนในครอบครัว อายุไม่เกิน 30 ปีส่วนใหญ่ ปัจจุบันใช้ บริการตรวจเนื่องจากการเจ็บป่วย ส่วนอายุ 30 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่ ปัจจุบันใช้ บริการตรวจสุขภาพประจำปี ผู้ตอบทุกช่วงอายุจะกลับมาใช้บริการอีก โดยอายุ 30 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่ จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ แต่สำหรับผู้ตอบอายุไม่เกิน 30 ปีส่วนใหญ่ ตอบว่า ไม่แน่ใจ ที่จะแนะนำ บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัญหาที่พบจากใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามในทั้งสองช่วงอายุพบมากที่สุด คือไม่มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของระดับความสำคัญในปัจจัยการตลาดบริการ จำแนกตามจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในทุกปัจจัยย่อย แต่มีบางประเด็นที่แตกต่างกัน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุดกับการมีบริการนอกสถานที่ และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด กับการมีเครื่องมือที่ทันสมัย และสะอาดปลอดภัย ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดกับกลิ่นไม่เหม็นเหมือนโรงพยาบาล และรายได้20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุด กับสถานที่ตั้งอยู่ติดถนนมองหาได้ง่าย ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมากค่าเฉลี่ยสูงสุด กับการที่นักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจ ,นักเทคนิคการแพทย์ และพนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และสุภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญ มากค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่นักเทคนิคการแพทย์มีใบประกอบโรคศิลป์ที่ถูกต้อง และรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด ที่นักเทคนิคการแพทย์มีความรู้และความชำนาญในการตรวจ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด กับป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจน และ มีเลขที่อนุญาตครบถ้วน รายได้ทุกกลุ่ม ให้ความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ตรงกัน คือ สำคัญมากที่ต้องมีเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ ปัจจุบันใช้ บริการตรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เนื่องจากการเจ็บป่วย และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก หลังจากใช้บริการ ส่วนรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ ปัจจุบันใช้ บริการตรวจสุขภาพประจำปี และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากหลังจากใช้บริการ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่และจะตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตนเอง ส่วน รายได้10,000 - 20,000 บาท และ20,000 บาทขึ้นไป ครอบครัวมีจะมีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจ โดยรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากที่สุด คือ 1,500-2,000 บาท รองลงมา รายได้10,000 - 20,000 บาท ใช้จ่ายค่าบริการ 1,001-1,500 บาท และใช้จ่าย 101-500 บาท สำหรับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ตอบรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ10,000 - 20,000 บาท จะเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ตามความสะดวก และสำหรับรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปจะเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์สลับกันไปเรื่อยๆ โดยรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทจะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากเพื่อน ส่วนรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากคนในครอบครัว ผู้ตอบทุกกลุ่มรายได้จะกลับมาใช้บริการอีก โดยรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ แต่สำหรับผู้ตอบรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทส่วนใหญ่ ตอบว่า ไม่แน่ใจ ที่จะแนะนำ บุคคลอื่นๆ มาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์

ข้อเสนอแนะ

1.ในด้านของปัจจัยทางการตลาดบริการ 7’Ps ซึ่งในด้านปัจจัยทางด้านตลาดบริการนั้นจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยทางด้านการตลาดบริการอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัยดังนั้นก็แสดงว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญว่าจะได้รับการบริการที่ดีในปัจจัยทั้ง 7 นี้ถือว่าทั้ง 7 ปัจจัยนี้มีความสำคัญจะขอเสนอแนะแยกเป็นปัจจัยๆดังต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เนื่องจากปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญคือการบริการนอกสถานที่ ดังนั้นคลินิกเทคนิคการแพทย์ต้องคิดหรือสร้างความแตกต่างจากสถานบริการอื่นๆคืออาจจะมีการบริการเจาะเลือดและรายงานผลโดยนักเทคนิคการแพทย์ถึงบ้านผู้บริโภคที่ใช้บริการซึ่งเป็นการบริการที่เน้นเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาหรือไม่สะดวกออกมาตรวจยังสถานพยาบาลทุกแห่ง หรืออาจเป็นผู้ป่วยที่เคลื่อนย้ายลำบาก ซึ่งทางคลินิกอาจจะมีการเรียกเก็บค่าบริการนอกสถานที่ต่างหากจากราคาตรวจซึ่งก็จะเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคและเป็นการจับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่นอกเหนือจากลูกค้าที่เดินทางเข้ามาตรวจด้วยตนเองก็จะเป็นการเพิ่มลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้กับคลินิกได้อีกทาง ส่วนในด้านคุณภาพของคลินิกก็ต้องคงความมีคุณภาพและต้องให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคให้ได้โดยเน้นความน่าเชื่อถือผ่านการรับรองมาตรฐานจากองค์กร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต่างๆที่เกี่ยวข้องทางด้านการแพทย์ และโดยการตรวจโดยใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ส่วนโปรแกรมการตรวจนั้นควรมีให้เลือกอย่างครบถ้วนจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุด

1.2 ปัจจัยทางด้านราคา ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือการคิดค่าบริการ/ชำระเงินอย่างถูกต้องเพราะผู้บริโภคที่ตัดสินใจมาใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์เอกชนแล้วนั้นจะเป็นกลุ่มคนที่ยอมรับในเรื่องของราคาอยู่แล้วในส่วนหนึ่งดังนั้นทางคลินิกต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคคิดว่าถูกเอาเปรียบดังนั้นต้องไม่มีความผิดพลาดในเรื่องนี้โดยเด็ดขาดและก็ต้องคิดราคาให้สมเหตุสมผลและต้องบริการให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดกับผู้บริโภคโดยอาจมีราคา แบบ Package เสริมให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้บริการ

1.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือมีการส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลด หรือ การแถมโปรแกรมตรวจต่างๆ ฯลฯดังนั้นในส่วนนี้เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าทางคลินิกเทคนิคการแพทย์ควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าแบ่งเป็นสองกลุ่มคือกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางคลินิกอยู่เป็นประจำ และกลุ่มลูกค้าที่มาทดลองใช้บริการตามคำแนะนำหรือด้วยการตัดสินใจของตนเอง ซึ่งลูกค้ากลุ่มที่ใช้บริการควรมีส่วนลดหรือส่วนแถมของโปรแกรมตรวจฟรีด้วยเพื่อยังคงเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้และทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในตราสินค้า ส่วนลูกค้าที่มาทดลองใช้บริการควรมีโปรแกรมตรวจที่น่าสนใจหรือส่วนลดในครั้งแรกเพื่อให้เกิดความประทับใจในการใช้บริการครั้งแรกและอาจมีส่วนลดหรือแถมเมื่อมาตรวจในครั้งต่อไปหรือแนะนำบุคคลอื่นมาตรวจก็จะเป็นการดึงผู้บริโภคให้กลับมาตรวจกับเราอีกและเป็นการลดการเลือกการตรวจแบบตามสะดวกและแบบสลับกันไปเรื่อยๆลงได้และก็จะได้กลุ่มผู้บริโภคที่ภักดีในตราสินค้าเพิ่มขึ้นได้ และควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของทางคลินิกด้วย นอกจากนี้โบรชัวร์ แผ่นพับก็ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นการสร้างการรับรู้ได้อีกทาง

1.4 ปัจจัยทางด้านสถานที่ให้บริการปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากลำดับแรกคือกลิ่นไม่เหม็นเหมือนโรงพยาบาลซึ่งตรงจุดนี้ทางคลินิกเทคนิคการแพทย์ต้องสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นสถานที่ที่ให้บริการนั้นอาจจะมีการตกแต่งในรูปแบบที่ทำให้ผู้บริโภคเมื่อมาใช้บริการแล้วเหมือนกับไม่ได้มาใช้บริการเกี่ยวกับการตรวจเนื่องจาก การเจ็บป่วย ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการผ่อนคลายไม่เคลียดเมื่อมาใช้บริการเมื่อเกิดความประทับใจแล้วก็จะต้องมีการกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปอีก สถานที่ที่ให้บริการควรมีความสะดวกสบายและสะอาดสวยงามในทุกๆส่วนเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอีก ยกตัวอย่างเช่นที่จอดรถ สถานที่นั่งรอตรวจหรือติดต่อสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.5 ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคคลปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกคือ นักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลตรวจอย่างเข้าใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งเพราะถ้าคลินิกเทคนิคการแพทย์ทำให้ผู้บริโภคคลายความกังวลและเข้าใจผลการตรวจมากเท่าไหร่ก็จะยิ่งเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับคลินิกได้มากเท่านั้นและส่วนของใบประกอบโรคศิลป์ต่างๆก็ต้องมีแสดงเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าได้ตรวจกับผู้มีความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริงลักษณะนิสัยการให้บริการต้องเป็นมิตรและมีจิตใจพร้อมให้บริการอยู่เสมอ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อยก็จะสร้างความน่าเชื่อถือและน่าใช้บริการได้มากขึ้น นอกจากนี้น่าจะมีพนักงานขายที่ติดต่อกับบริษัทต่างๆเกี่ยวกับการตรวจสุขภาพประจำปีของบริษัท ห้างร้าน โรงงานต่างๆก็จะทำให้เป็นการเข้าถึงลูกผู้บริโภคและผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้นทั้งสองฝ่าย

1.6 ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในลำดับแรกคือป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจนและมีใบอนุญาตครบถ้วนซึ่งก็เป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือและเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้น ความสะอาดของห้องตรวจและเครื่องมือตลอดจนความทันสมัยก็เป็นสิ่งที่จำเป็นเสมอสำหรับคลินิก

1.7 ปัจจัยด้านกระบวนการปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญลำดับแรกคือไม่ต้องรอผลตรวจนาน/สามารถโทรสอบถามได้ดังนั้นระยะเวลาของการรอผลตรวจทางคลินิกต้องแจ้งให้ผู้บริโภคทราบก่อนล่วงหน้าและต้องได้ตามนั้นเพราะการที่ผู้บริโภคมาใช้บริการที่คลินิกก็เพราะต้องการประหยัดเวลาและได้รับบริการที่ดีที่สุด ดังนั้นกระบวนการต่างๆต้องมีมาตรฐานและต้องทำได้ตามที่ได้แจ้งกับลูกค้าและที่สำคัญเมื่อมีความรวดเร็วสะดวกสบายแล้วความถูกต้องแม่นยำก็เป็นสิ่งสำคัญยิ่งเพราะเรื่องสุขภาพของผู้บริโภคยิ่งต้องสำคัญเสมอเมื่อเราอยู่ในธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพนี้โดยตรง

2. จากข้อค้นพบข้อที่ 2 จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากและมากที่สุดหลังจากใช้บริการถึงร้อยละ 62.1 แต่ก็มีเพียงร้อยละ 13.5 เท่านั้นที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการเพียวแห่งเดียวตลอด แสดงว่าผู้บริโภคนั้นไม่ได้มีความภักดีต่อคลินิกแห่งใดแห่งหนึ่งซึ่งก็คือไม่มี Brand Royalty ดังนั้นเราควรจะมีการทำให้ผู้บริโภคที่เลือกใช้ตามสะดวกและสลับไปเรื่อยๆนั้นกลับมาใช้บริการเพียงแห่งเดียวหรือให้มี Brand Royalty ต่อคลินิกเทคนิคการแพทย์แห่งใดแห่งใดแห่งหนึ่ง ซึ่งจะทำอย่างไรนั้นจะขอพูดในหัวข้อที่ 4 ต่อไป

3.จากข้อค้นพบข้อที่ 2 จากการศึกษาปัญหาที่พบจากการใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภค 3 ลำดับแรกคือ คลินิกเทคนิคการแพทย์ไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ไม่มีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์ และ ไม่มีป้ายโฆษณา และโบรชัวร์ต่างๆซึ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากปัญหาหลักๆสามลำดับแรกนี้อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคไม่มีความภักดีต่อคลินิกหรือไม่มี Brand Royalty ได้ด้วยเช่นกันเพราะไม่มีความเชื่อมั่น ดังนั้นก็เชื่อมโยงกับหลายๆปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดซึ่งผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งนั้นคือด้านของปัจจัยด้านสถานที่ควรมีการทำป้ายประกาศหน้าร้านให้มีความชัดเจนเห็นได้ชัดทั้งกลางวันและกลางคืนและแก้ไขในส่วนของคลินิกไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปนั้นขอกล่าวไว้ในหัวข้อที่4 ต่อไป

4.ในส่วนข้อค้นพบทั้งหมดนั้นทางผู้ศึกษายังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอีกดังต่อไปนี้

4.1 ควรมีการทำ CRM (Customer Relationship Management) โดยอาจทำในรูปแบบของจดหมายรายปักษ์ซึ่งเป็นการส่งข้อมูลต่างๆของคลินิกให้ผู้บริโภครับทราบซึ่งอาจจะมีการทำโปรโมชั่นของแต่ละเดือน และแจ้งผลการประเมิณพนักงานดีเด่นในข้อที่1 และการแจ้งข่าวสารต่างๆเกี่ยวข้อมูลล่าสุดของเครื่องมือตรวจที่ทันสมัยที่ได้เปลี่ยนแปลงในข้อที่2 และแทรกข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการตรวจสุขภาพที่จำเป็นในยุคปัจจุบัน นอกจากการทำเป็นจดหมายแล้วในลักษณะข้อมูลเดียวกันก็ควรทำเป็นเวบไซด์เพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วในส่วนต่างๆเหล่านี้ก็จะทำให้ผู้บริโภคเริ่มซึมซับและเป็นส่วนหนึ่งของคลินิกเพราะเมื่อคิดจะตรวจร่างกายเนื่องจากสาเหตุต่างๆใดๆก็ตามคลินิกของท่านก็จะอยู่ใน Mild set ของผู้บริโภคเป็นสถานที่แรกที่นึกถึงเพราะได้รับข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา

4.2 ควรมีการจัดตั้งทีมพนักงานขายเพื่อเป็นการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงและเป็นการทำให้เกิดการรับรู้(Awareness)ที่รวดเร็วขึ้นแต่ทีมพนักงานขายต้องเข้าพบผู้บริโภคในรายที่เป็นบริษัทห้างร้าน โรงงาน ต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพราะจะเป็นการตอกย้ำในผลิตภัณฑ์และตราสินค้าคือคลินิกซึ่งจะทำให้คลินิกเข้าไปอยู่ใน Mild set ของผู้บริโภคได้รวดเร็วขึ้นเช่นเดียวกัน

4.3 และเป็นการคืนประโยชน์ให้กับผู้บริโภคและสังคมบ้างคลินิกเทคนิคการแพทย์ควรมีการทำประโยชน์เพื่อสังคมบ้างเช่นการออกหน่วยตรวจสุขภาพฟรีสำหรับผู้บริโภคทั่วไปในชุมชน หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพซึ่งอาจเป็นการทำในรูปแบบจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ชุมชนหรือจัดทำโปรชัวร์เกี่ยวกับสุขภาพขึ้น ซึ่งเป็นการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ผู้บริโภค ชุมชนและสังคมและก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าสิ่งต่างๆเหล่านี้ก็เป็นการทำการตลาดอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นการตลาดที่ไม่หวังผลกำไรแต่เป็นการตลาดเพื่อสังคมซึ่งจะเป็นการสร้างตราสินค้า(Brand)ให้กับคลินิกอีกทางหนึ่งด้วย

4.4 เมื่อพิจารณาจากจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแยกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือนแล้วคลินิกจะเห็นว่ามีบางปัจจัยและบางปัจจัยย่อยเมื่อแยกตามเพศ กลุ่มช่วงอายุ กลุ่มช่วงรายได้ต่อเดือนแล้วจะพบว่ามีความแตกต่างกันดังนั้นตรงจุดนี้ทางคลินิกก็สามารถนำข้อมูลที่ได้เหล่านี้มาทำการตลาดเฉพาะกลุ่มได้เพราะแต่ละกลุ่มในบางปัจจัยมีความต้องการแตกต่างกันก็จะเป็นการสร้าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Nich Market ได้อีกทางด้วยแต่ต้องพิจารณาความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการลงทุนด้วย ซึ่งในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งนั้นเมื่อพิจารณาตามเพศแล้วนั้นพบว่าค่าใช้จ่ายยังอยู่ในระดับไม่สูงมากนักซึ่งทางคลินิกเทคนิคการแพทย์อาจทำ Packageการตรวจในราคาที่สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งพบอยู่ก็ได้เพื่อที่ผู้บริโภคจะได้ไม่รู้สึกว่าอัตราการตรวจมีราคาแพงจนเกินความสามารถที่จะจ่ายได้ และในโอกาสต่อไปอาจต้องสร้างความจูงใจในการตรวจเช่นอาจจะมีการทำ Package การตรวจสำหรับเพศชายและหญิงที่จำเป็นต้องตรวจและราคาสูงขึ้นกว่าระดับที่ใช้อยู่ก็ได้ แต่ต้องทำให้ผู้บริโภคเล็งเห็นถึงความจำเป็นของการตรวจให้ได้ซึ่งก็คือการตระหนักถึงปัญหานั่นเองก็จะทำให้สามารถขยับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของผู้บริโภคให้สูงขึ้นได้ และเมื่อพิจารณาตามช่วงอายุพบว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปีและกลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไป พบว่ามาใช้บริการจำนวนเท่าๆกันแต่ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในกลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่สูงกว่า คือ 1,500-2,000 บาท ซึ่งในประเด็นนี้ทางคลินิกเทคนิคการแพทย์ก็อาจเอามาทำการตลาดโดยเน้นตลาดไปที่กลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไปอาจทำ Packageสำหรับการตรวจของกลุ่มอายุ 30ปีขึ้นไปโดยเฉพาะ ซึ่งอาจมีราคาที่สูงแต่ต้องสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้จ่ายอยู่เพราะถือว่ากลุ่มอายุกลุ่มนี้มีศักยภาพในการจ่ายมากกว่า ซึ่งก็ต้องสร้างแรงจูงใจในการตรวจให้กับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการตรวจ และปัญหาที่พบเมื่อพิจารณาตามกลุ่มอายุพบว่าทั้งสองช่วงอายุนั้นพบปัญหาเดียวกันคือไม่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของคลินิกเทคนิคการแพทย์ ดังนั้นในเรื่องของการประชาสัมพันธ์นั้นได้เสนอแนะไว้แล้วในหัวข้อที่ 4.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved