บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ แบ่งการสรุปผลการศึกษาออกเป็น ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.00 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 80.50 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 30.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 37.50 รูปแบบการศัลยกรรมที่ลูกค้าเลือกใช้บริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก คือ ศัลยกรรมจมูก ร้อยละ 58.00 สาเหตุที่ตัดสินใจมาทำศัลยกรรม คือ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจมากที่สุด ร้อยละ 94.50 บุคคลที่มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก คือ เพื่อน ร้อยละ 56.00 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่เข้ารับบริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 27.00 สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก คือ ชื่อเสียงของนายแพทย์ชาตรี พรหมโชติ ร้อยละ 46.00 ได้รับข้อมูลเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิกจากเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 48.06 จะกลับมาใช้บริการในโอกาสหน้าที่เชียงใหม่ศัลยกรรมคลินิกอย่างแน่นอน ร้อยละ 54.50 และ จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิกอย่างแน่นอน ร้อยละ 68.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่

2.1 ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.53 ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาคือ ด้านมีการรับรองผลการศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.19

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 โดยมีปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.59 ปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.58

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35 โดยมีปัจจัยย่อยระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ/ สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.06 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาคือ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.46

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.18 ปัจจัยย่อยด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.06

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53 โดยมีปัจจัยย่อยระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย ค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือคลินิกสามารถเดินทางไปมาสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.94 คลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 3.75

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 โดยให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.58 ให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านคลินิกติดถนน ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า ค่าเฉลี่ย 3.96

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53 โดยมีปัจจัยย่อยระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 3.82 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยด้านมีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ค่าเฉลี่ย 3.46

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.26 โดยให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 3.64 ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยด้านมีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ ค่าเฉลี่ย 3.15

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับมาก มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.86 ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง และ แพทย์มีความชำนาญในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.42 รองลงมา คือ ด้านแพทย์รับฟังความคิดเห็นและเข้าใจความต้องการของท่าน ค่าเฉลี่ย 4.23

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42 ระดับความพึงพอใจรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 ระดับความพึงพอใจรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 โดยให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.86 ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา คือ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.96

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคือด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.98

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.27 โดยให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาคือด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.96 ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ค่าเฉลี่ย 3.91

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 โดยให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.93 ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือด้านคลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน ค่าเฉลี่ย 3.98

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32 โดยให้ความพึงพอใจในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ ด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ค่าเฉลี่ย 3.94

2.2 ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมา คือ ด้านสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.35 และ ด้านมีการรับรองผลการศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.27

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.53 และ ด้านมีการรับรองผลการศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.72 รองลงมาคือ ด้านคลินิกมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.11 และด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.09

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ และ ด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.63 รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.25 ด้านคลินิกมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ และด้านความ สามารถในปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.95 รองลงมาคือ ด้านความสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.20 และด้านมีการรับรองผลการศัลยกรรม ค่าเฉลี่ย 4.16

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา คือ ด้านสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.46 และด้านคลินิกมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.41

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.31 และด้านสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ ค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.73 และด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.69

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 4.88 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีชื่อเสียง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และมีความน่าเชื่อถือ ด้านสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.63 และด้านความสามารถในปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 โดยให้ความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ ด้านสามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.66 และ ด้านความสามารถในปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ค่าเฉลี่ย 3.98

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมา คือ ด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.16 และ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36 โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ ด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.69 และด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.42

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.81 และด้านสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ ค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45 โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.75 และด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.84 โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ ด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 2.80 และด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 2.61

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 โดยมีปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.16 และด้านสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ ค่าเฉลี่ย 3.24

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความพึงพอใจมาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมา คือ ด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.17 และ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53โดยมีปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา คือ ด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.04 และ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ ด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.25 และ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.13

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 โดยมีปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาเฉลี่ย คือ ด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ ด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน ด้านสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 และ ด้านสามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ ค่าเฉลี่ย 2.34

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาคือ ด้านสถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 โดยมีปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ ด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.94 และด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.31 โดยมีปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย ค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือ ด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านคลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 โดยมีปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.87 และด้านคลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 โดยมีปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.84 และด้านคลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย ค่าเฉลี่ย 3.73

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านคลินิกมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / สถานที่ทำงาน / สถานศึกษา และด้านคลินิกติดถนน ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45 โดยให้มีปัจจัยย่อยด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 4.06 และ ด้านคลินิกติดถนน ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า ค่าเฉลี่ย 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 4.01 และด้านคลินิกมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / สถานที่ทำงาน / สถานศึกษา ค่าเฉลี่ย 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ค่าเฉลี่ย 4.13 ด้านคลินิกมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / สถานที่ทำงาน / สถานศึกษา และ ด้านคลินิกติดถนน ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.66 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / สถานที่ทำงาน / สถานศึกษา ด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ด้านคลินิกติดถนน ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 และด้านสถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย ค่าเฉลี่ย 3.00

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน และ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.16 รองลงมา คือ ด้านมีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต และ ด้านมีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา คือ ด้านมีการแนะนำข้อมูลรายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.64

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36 โดยมีปัจจัยย่อยในด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือ ด้านมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.29 และด้านมีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ ค่าเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมาคือ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านมีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.49 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านมีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ค่าเฉลี่ย 3.66

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.39 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 3.73 และ ด้านมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากัน 3.33 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมา คือ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 3.78

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

และ ด้านมีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ ค่าเฉลี่ย 3.19

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมา คือ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 3.28 และ ด้านมีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ ค่าเฉลี่ย 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ ค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต และด้านมีการให้ข่าว และประชา- สัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.25

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 รองลงมา คือ ด้านการให้ข่าวและประชา สัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ ค่าเฉลี่ย 3.02 และ ด้านมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 3.00

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.73 รองลงมาคือ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.62 และด้านแพทย์รับฟังความคิดเห็นและเข้าใจความต้องการของท่าน ค่าเฉลี่ย 4.32

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.86 รองลงมาคือ ด้านแพทย์รับฟังความคิดเห็นและเข้าใจความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.44 ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง และ ด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.42

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.95 รองลงมาคือ ด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.20 และ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.88 รองลงมาคือ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.50 และ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.35 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.80 รองลงมาคือ ด้านแพทย์มีความชำนาญในการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.66 และ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 4.64

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.52 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.62 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.68 รองลงมา คือ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.95 และด้านจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.23 โดยมีกับปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.83 รองลงมา คือ ด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.00 และ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.29 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.99 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.88 รองลงมา คือ ด้านจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.99 และ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.53 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.88 รองลงมา คือ ด้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แพทย์มีความชำนาญในการทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.00 และ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ค่าเฉลี่ย 3.46 ระดับความสำคัญรวมส่วนนายแพทย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57 ระดับความสำคัญรวมส่วนพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.33 โดยมีปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ค่าเฉลี่ย 4.98 รองลงมา เฉลี่ยเท่ากัน คือ ด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง ด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงาน ด้านจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 และ ด้านพนักงานแนะนำรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ลูกค้าเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ย 3.68

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 โดยมีปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.16 รองลงมาคือ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ค่าเฉลี่ย 4.11 และ ด้านระยะเวลารอรับคำปรึกษาไม่นาน ค่าเฉลี่ย 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73 โดยมีปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.08 รองลงมาคือ ด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ ค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 โดยมีปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ ด้านได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 3.93 และด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย และ ด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ ค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ ด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริการ ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ด้านได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย และ ด้านระยะเวลารอรับคำปรึกษาไม่นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 และ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ ค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา คือ ด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย ด้านระยะเวลารอรับคำปรึกษาไม่นาน ด้านระยะเวลารอรับการบริการไม่นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 และ ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 3.98

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.38 โดยมีปัจจัยย่อยด้านการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ ด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.95 และ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.29 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา คือ ด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.92 และ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ค่าเฉลี่ย 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19 โดยมีปัจจัยย่อยด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา คือ ด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.93 และ ด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ ค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.38 โดยมีปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.13 รองลงมา คือ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ด้านมีการติดตาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลหลังรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 และ ด้านมีกระบวนการชำระเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.37 โดยมีปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 รองลงมา คือ ด้านมีกระบวนการชำระเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 3.68 ด้านได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย ด้านมีกระบวนการลงบันทึกประวัติคนไข้ ด้านระยะเวลารอรับคำปรึกษาไม่นาน และด้านให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.00

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.89 รองลงมา คือ ด้านอุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.05 และ ด้านคลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน ด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.78 รองลงมาคือ ด้านอุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านคลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน ค่าเฉลี่ย 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.99 รองลงมา คือ ด้านคลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน ค่าเฉลี่ย 3.99 และด้านสถานที่กว้างขวางไม่คับแคบ อึดอัด ค่าเฉลี่ย 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ย 4.88 รองลง มา คือ ด้านสถานที่กว้างขวาง ไม่คับแคบ อึดอัด ด้านห้องน้ำสะอาด ด้านอุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านคลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน ค่าเฉลี่ย 3.87

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการค่าเฉลี่ย 5.00 รองลง มา คือ ด้านคลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน ด้านห้องน้ำสะอาด ด้านสถานที่กว้างขวาง ไม่คับแคบ อึดอัด ด้านอุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.00 และด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ค่าเฉลี่ย 3.68

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา คือ ด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.27 และด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.24 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา คือ ด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.89 และ ด้านมีที่นั่งรองรับลูกค้าอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.34 โดยมีปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา คือ ด้านคลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.03 และด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ค่าเฉลี่ย 3.92

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมา คือ ด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ค่าเฉลี่ย 4.13 และ ด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.27 โดยมีปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมา คือ ด้านสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย และ ด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.00

3. ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาและและข้อเสนอแนะที่พบในการมาใช้บริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่

พบว่าปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยพบในปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาในการรอคอยพบแพทย์นาน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพบในปัจจัยย่อยด้านที่จอดรถหายาก คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ ปัจจัยด้านราคา โดยพบในปัจจัยย่อยด้านไม่อยากให้มีค่ารูดบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 6.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา)
ด้านราคา	ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	คลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน
ด้านบุคลากร	แพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม
ด้านกระบวนการ	มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	คลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ

จากตารางที่ 46 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด โดยมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านคลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านคลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis: IPA) สามารถทำได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจมาเปรียบ- เทียบกันในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใดๆจะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A. (Concentrate here) แสดงถึงองค์ประกอบที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงแต่ลูกค้าไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องให้ความสำคัญในการแก้ไขปรับปรุงองค์ประกอบในกลุ่มนี้โดยเร่งด่วน

Quadrants B. (Keep up the good work) แสดงถึงองค์ประกอบที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrants C. (Low priority) แสดงถึงองค์ประกอบที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่ำ และคุณภาพในการบริการอยู่ในระดับที่ไม่น่าพึงพอใจ อย่างไรก็ตามองค์กรยังไม่มีความจำเป็นต้องรีบแก้ไข เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อลูกค้าในระดับต่ำ สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้

Quadrants D. (Possible overkill) แสดงถึงองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำ แต่ลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ องค์กรควรพิจารณาลดทรัพยากรที่จัดสรรในองค์ประกอบนี้เพื่อนำไปปรับปรุงองค์ประกอบอื่นที่ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมากกว่า

โดยพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของสุนทรี เวชวิทยาขลัง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี การศึกษาของธีระยุทธ นิยมกูล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยใน โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่ และ การศึกษาของสุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	แพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม	4.86 (มากที่สุด)	ด้านบุคลากร	4.86 (มากที่สุด)	**B**
2	ความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา)	4.46 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.74 (มากที่สุด)	**B**
3	สามารถทำศัลยกรรมได้ผลตรงกับความต้องการ	4.53 (มากที่สุด)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.59 (มากที่สุด)	**B**
4	คลินิกมีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ	4.11 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.58 (มากที่สุด)	**B**
5	คลินิกสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก	3.94 (มาก)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.58 (มากที่สุด)	**B**
6	คลินิกมีจำนวนเตียงพักฟื้นเพียงพอ	3.45 (ปานกลาง)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.27 (มาก)	**B**
7	ค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล	4.06 (มาก)	ด้านราคา	4.23 (มาก)	**B**
8	มีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ	3.48 (ปานกลาง)	ด้านราคา	4.18 (มาก)	**B**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
9	แจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน	3.46 (ปานกลาง)	ด้านราคา	4.06 (มาก)	**B**
10	ความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ	4.93 (มากที่สุด)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.06 (มาก)	**B**
11	คลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน	3.75 (มาก)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.05 (มาก)	**B**
12	มีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย	4.01 (มาก)	ด้านกระบวนการ	4.04 (มาก)	**B**
13	มีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน	4.04 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.00 (มาก)	**B**
14	แพทย์มีความชำนาญในการทำงาน	4.42 (มาก)	ด้านบุคลากร	3.98 (มาก)	**B**
15	คลินิกติดถนน ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า	2.46 (น้อย)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.96 (มาก)	**D**
16	แพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง	4.42 (มาก)	ด้านบุคลากร	3.96 (มาก)	**B**
17	ได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.05 (มาก)	ด้านกระบวนการ	3.96 (มาก)	**B**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
18	คลินิกมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / สถานที่ทำงาน / สถานศึกษา	3.35 (ปานกลาง)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94 (มาก)	**B**
19	มีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย	3.57 (มาก)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.94 (มาก)	**B**
20	จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.30 (ปานกลาง)	ด้านบุคลากร	3.92 (มาก)	**B**
21	มีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า	3.82 (มาก)	ด้านกระบวนการ	3.91 (มาก)	**B**
22	ความสามารถในปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย	3.95 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.86 (มาก)	**B**
23	มีการติดตามผลหลังรับบริการ	3.98 (มาก)	ด้านกระบวนการ	3.85 (มาก)	**B**
24	สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้	3.07 (ปานกลาง)	ด้านราคา	3.72 (มาก)	**B**
25	มีกระบวนการชำระเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.14 (ปานกลาง)	ด้านกระบวนการ	3.67 (มาก)	**B**
26	มีที่นั่งรองรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	3.24 (ปานกลาง)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.65 (มาก)	**B**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
27	มีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือแถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ	3.82 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.64 (มาก)	**B**
28	มีรูปแบบการศัลยกรรมที่ท่านต้องการ	3.49 (ปานกลาง)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.55 (มาก)	**B**
29	แพทย์ยินดีให้การให้บริการแก่ท่าน	4.07 (มาก)	ด้านบุคลากร	3.48 (ปานกลาง)	**B**
30	สถานที่กว้างขวาง ไม่คับแคบอึดอัด	3.95 (มาก)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.43 (ปานกลาง)	**B**
31	พนักงานแนะนำรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ลูกค้าเข้าใจง่าย	3.80 (มาก)	ด้านบุคลากร	3.41 (ปานกลาง)	**B**
32	มีการรับรองผลการศัลยกรรม	4.19 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.40 (ปานกลาง)	**B**
33	ภาพลักษณ์ของคลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ	3.89 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.26 (ปานกลาง)	**B**
34	มีความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการ	3.41 (ปานกลาง)	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.21 (ปานกลาง)	**B**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
35	พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน	3.28 (ปานกลาง)	ด้านบุคลากร	3.19 (ปานกลาง)	**B**
36	มีกระบวนการลงบันทึกประวัติคนไข้	3.03 (ปานกลาง)	ด้านกระบวนการ	3.17 (ปานกลาง)	**B**
37	มีการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ	3.41 (ปานกลาง)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.15 (ปานกลาง)	**B**
38	พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	4.00 (มาก)	ด้านบุคลากร	3.08 (ปานกลาง)	**B**
39	มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต	3.35 (ปานกลาง)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.07 (ปานกลาง)	**B**
40	แพทย์รับฟังความคิดเห็นและเข้าใจความต้องการของท่าน	4.23 (มาก)	ด้านบุคลากร	3.07 (ปานกลาง)	**B**
41	ระยะเวลารอรับคำปรึกษาไม่นาน	3.94 (มาก)	ด้านกระบวนการ	3.06 (ปานกลาง)	**B**
42	ห้องน้ำสะอาด	3.65 (มาก)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.03 (ปานกลาง)	**B**
43	ให้บริการเท่าเทียมกันสำหรับลูกค้าทุกราย	3.73 (มาก)	ด้านกระบวนการ	3.02 (ปานกลาง)	**B**
44	สถานที่ตั้งของคลินิกหาง่าย	4.01 (มาก)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.01 (ปานกลาง)	**B**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 (ต่อ)แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย

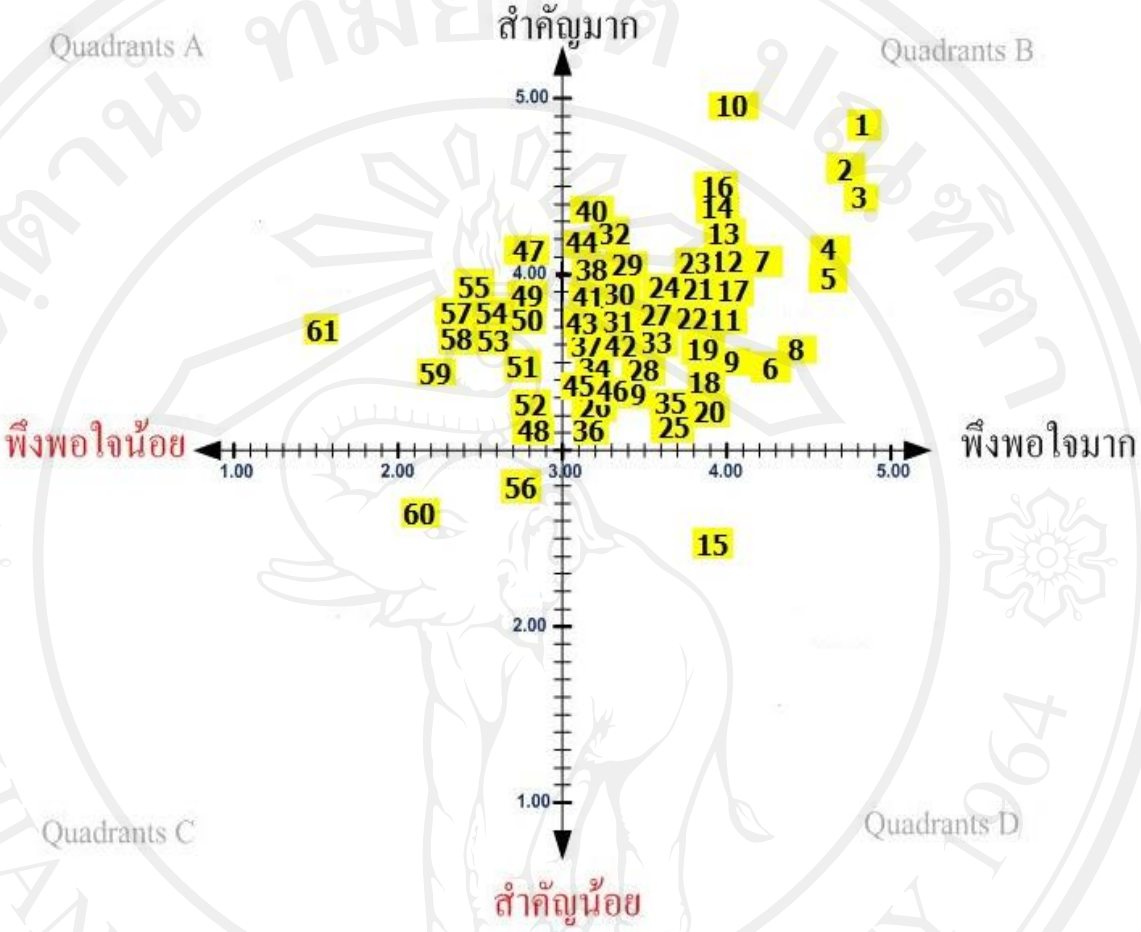
อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
45	มีอัลบั้มรวบรวมภาพผลงานเพื่อให้ลูกค้าได้ศึกษาระหว่างรอรับบริการ	3.45 (ปานกลาง)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.01 (ปานกลาง)	**B**
46	แพทย์จบการศึกษาจากต่างประเทศ	3.44 (ปานกลาง)	ด้านบุคลากร	3.00 (ปานกลาง)	**B**
47	อุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย	4.01 (มาก)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.96 (ปานกลาง)	**A**
48	คลินิกตกแต่งทันสมัย	3.10 (ปานกลาง)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.95 (ปานกลาง)	**A**
49	แพทย์แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย	4.01 (มาก)	ด้านบุคลากร	2.93 (ปานกลาง)	**A**
50	คลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน	3.98 (มาก)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.93 (ปานกลาง)	**A**
51	มีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ	3.46 (มาก)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.85 (ปานกลาง)	**A**
52	มีการตลาดทางตรงกับลูกค้า เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นต้น	3.12 (ปานกลาง)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.85 (ปานกลาง)	**A**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
53	ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างชัดเจน	3.66 (มาก)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.84 (ปานกลาง)	**A**
54	พนักงานคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด	3.66 (มาก)	ด้านบุคลากร	2.82 (ปานกลาง)	**A**
55	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ อ่อนน้อม	3.80 (มาก)	ด้านบุคลากร	2.77 (ปานกลาง)	**A**
56	มีเครื่องดื่มไว้คอยให้บริการ	2.88 (ปานกลาง)	ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.77 (ปานกลาง)	**C**
57	ได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย	3.97 (มาก)	ด้านกระบวนการ	2.57 (ปานกลาง)	**A**
58	ระยะเวลารอรับการบริการไม่นาน	3.84 (มาก)	ด้านกระบวนการ	2.46 (น้อย)	**A**
59	เวลาเปิด-ปิดทำการของคลินิกเหมาะสม	3.38 (ปานกลาง)	ด้านกระบวนการ	2.24 (น้อย)	**A**
60	สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	2.66 (ปานกลาง)	ด้านราคา	2.17 (น้อย)	**C**
61	คลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย	3.64 (มาก)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.71 (น้อย)	**A**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพแสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจของปัจจัยย่อยผลิตภัณฑ์และบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แกนมาตรฐาน จุดกึ่งกลางเท่ากับ 3 ตามมาตรวัด Rating Scale

จากภาพทำให้ทราบว่าปัจจัยย่อยทางการตลาดส่วนใหญ่เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrants B ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากแต่มีบางปัจจัยย่อยอยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ส่วนอีก 1 ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants D นั้น ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้านั้น คือ ปัจจัยย่อยด้านคลินิกติดถนน ไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า และ ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants C นั้น ลูกค้าให้ความสำคัญต่ำ และ คุณภาพในการบริการอยู่ในระดับที่ไม่น่าพึงพอใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อลูกค้าในระดับต่ำ สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้ คือ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ด้านมีเครื่องดื่มไว้คอยให้บริการ และ สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย อยู่ในระดับมาก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของสุนทรี เวชวิทยาขลัง (2546) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี พบว่าระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของบริการ เช่น การทำหน้าทรีทเม้นท์ การมาร์คหน้า มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ถึงแม้ปัจจัยย่อยทั้งสองปัจจัยจะตกอยู่ใน Quadrants B แต่ปัจจัยย่อยด้านมีความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการมีระดับความพึงพอใจปานกลางซึ่งมีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้ ซึ่งหากทางคลินิกไม่เร่งแก้ไข ก็อาจจะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในอนาคตได้ ดังนั้นทางคลินิกจึงควรให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ/ สมเหตุสมผล และ ปัจจัยย่อยด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ อยู่ในระดับมากทั้งสองปัจจัย ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม พบว่าระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล และบริการที่เหมาะสมกับระดับการให้บริการที่ได้รับ และปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและบริการเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลอื่นอยู่ในระดับมากทั้งสองปัจจัย เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านตกอยู่ใน Quadrants B แต่ปัจจัยย่อยด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางแต่ให้ระดับความพึงพอใจมาก แสดงให้เห็นถึงว่าปัจจัยย่อยด้านนี้ ลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควรแต่คลินิกสามารถดำเนินงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ได้ดี แสดงถึงลูกค้ายินดีจ่ายเงินหากได้รับการศัลยกรรมที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นคลินิกอาจทำการเพิ่มราคาศัลยกรรมได้ เพื่อผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย/ สถานที่ทำงาน/ สถานศึกษา และปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน อยู่ในระดับมากทั้งสองปัจจัย ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของสุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม พบว่าระดับความพึงพอใจของปัจจัยย่อยด้านโรงพยาบาลตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และปัจจัยย่อยด้านมีรถโดยสารประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านเส้นทางของโรงพยาบาล อยู่ในระดับมากทั้งสองปัจจัยเช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านตกอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป ซึ่งในอนาคต หากคลินิกต้องการขยายกิจการ จึงควรนำปัจจัยย่อยทั้งสองด้านนี้ไปประกอบการพิจารณาในการเลือกสถานที่ประกอบกิจการแห่งใหม่ด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำ ศัลยกรรมหลายรายการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ในปัจจัยย่อยด้านการเสนอแพคเกจการตรวจ/ รักษาราคาพิเศษให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ต่อมาระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีการให้ข่าว และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือรายการส่งเสริมการขายผ่านสื่อสาธารณะ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ ธีระยุทธ นิยมกูล (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยใน โรงพยาบาลลานนา ในปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์เช่น การให้ข้อมูลทางเว็บไซต์ของโรงพยาบาล การจัดอบรมทางวิชาการ การออกหน่วยปฐมพยาบาลเคลื่อนที่ การจัดกิจกรรมวันเด็กและอื่นๆ ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ต่อมาระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ ธีระยุทธ นิยมกูล (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โรงพยาบาลลานนา ในปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น ป้าย แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน และคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุนทรี เวชวิทยาขลัง (2546) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ด้านตกอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป แต่หากพิจารณาตามกราฟแล้ว ทั้งสามปัจจัยย่อย มีแนวโน้มว่าในอนาคตอาจไปตกอยู่ใน Quadrants A ได้ เนื่องจากตำแหน่งของทั้งสามปัจจัยย่อยใกล้เคียงกับแกนกลางของกราฟ ดังนั้นคลินิกควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้แก่ลูกค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความถี่ในการสื่อสาร หรือการเพิ่มช่องทางอื่นๆ ที่นอกเหนือจากที่คลินิกใช้อยู่ ตัวอย่างเช่น แผ่นพับ วิทยุ ป้ายโฆษณาต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของคลินิกให้ได้มากที่สุด

ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับในระดับสูง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ ธีระยุทธ นิยมกูล (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยใน โรงพยาบาลลานนา ในปัจจัยย่อยด้านความรู้ความชำนาญ ชื่อเสียงของแพทย์ ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ต่อมาด้านแพทย์มีความชำนาญในการทำงาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของสุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ในปัจจัยย่อยด้านความรู้ ทักษะ ความชำนาญของแพทย์ ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน และด้านจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ในปัจจัยย่อยด้านความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ด้านตกอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป แต่หากพิจารณาตามกราฟแล้ว ทั้งปัจจัยย่อยด้านจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ มีแนวโน้มว่าในอนาคตอาจไปตกอยู่ใน Quadrants D ได้ เนื่องจากตำแหน่งของปัจจัยย่อยด้านนี้ใกล้เคียงกับแกนกลางของกราฟ แสดงถึงองค์ประกอบที่มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญต่ำ แต่ลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ โดยคลินิกสามารถพิจารณาลดทรัพยากรบุคคลที่จัดสรรในปัจจัยย่อยด้านนี้เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการได้

ปัจจัยด้านกระบวนการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีกระบวนการชำระเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ในปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาในการรอชำระเงินไม่นาน ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุนทรี เวชวิทยาขลัง (2546) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยย่อยด้านกระบวนการชำระเงินซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ต่อมาปัจจัยย่อยด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ ธีระยุทธ นิยมกูล (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยใน โรงพยาบาลลานนา ในปัจจัยย่อยด้านการโทรศัพท์สอบถามอาการและแจ้งเตือนวันนัดของพยาบาล ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ปัจจัยย่อยทั้ง 2 ด้านตกอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป แต่หากพิจารณาตามกราฟแล้ว ปัจจัยย่อยด้านมีกระบวนการชำระเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง มีแนวโน้มว่าในอนาคตอาจไปตกอยู่ใน Quadrants D ได้ เนื่องจากตำแหน่งของปัจจัยย่อยด้านนี้ใกล้เคียงกับแกนกลางของกราฟ แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านนี้มีเรื่องของเวลา และเงิน เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนต่อลูกค้าสูง ดังนั้น คลินิกไม่ควรละเลยตรงจุดนี้ เพราะอาจทำให้ระดับการดำเนินงานไปตกอยู่ใน Quadrants อื่นๆ ได้ ควรรักษาระดับการดำเนินงานไว้เหมือนเดิม

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย และปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ทั้งสองปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ สุนิศา ไชยสิทธิ์ (2553) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ในปัจจัยย่อยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักผู้ป่วยครบถ้วน เช่น โทรทัศน์ เคเบิ้ลทีวี น้ำดื่ม ตู้เย็น หนังสือพิมพ์ ชุดเครื่องจาน แก้วน้ำ เป็นต้น และปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์มีความสะอาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน ต่อมาปัจจัยย่อยด้านมีที่นั่งรองรับลูกค้าอย่างเพียงพอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของสุนทรี เวชวิทยาขลัง (2546) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยย่อยด้านที่พักสำหรับผู้มารอรับบริการ มาก ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นกัน และปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย มีระดับความพึงพอใจปานกลางซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของสุนทรี เวชวิทยาขลัง (2546) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี ในปัจจัยย่อยด้านความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว ปัจจัยย่อยด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และปัจจัยย่อยด้านมีที่นั่งรองรับลูกค้าอย่างเพียงพอ ปัจจัยย่อยทั้ง 3 ด้านตกอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป แต่ปัจจัยย่อยด้านอุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัยนั้น ตกอยู่ใน Quadrants A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ดังนั้นทางคลินิกควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยควรมีการนำอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยและมีความปลอยภัยเข้ามาใช้งานในคลินิก เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่น และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการให้บริการให้แก่ลูกค้าด้วย

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ ทำให้เห็นประเด็นสำคัญจึงเสนอเป็นข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ

2. ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุด 5 อันดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงปัจจัย 5 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

พึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรก	**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ**	**ค่าเฉลี่ย (แปลผล)**
คลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1.71 (น้อย)
สามารถผ่อนชำระค่าบริการได้	ด้านราคา	2.17 (น้อย)
เวลาเปิด-ปิดทำการของคลินิกเหมาะสม	ด้านกระบวนการ	2.24 (น้อย)
ระยะเวลารอรับการบริการไม่นาน	ด้านกระบวนการ	2.46 (น้อย)
ได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย	ด้านกระบวนการ	2.57 (ปานกลาง)

4. ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในแต่ละปัจจัยได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ ด้านมีความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการมีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง

ด้านราคา ได้แก่ ด้านสามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ มีระดับความพึงพอใจระดับน้อย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ด้านคลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย มีระดับความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ด้านมีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ และด้านมีการตลาดทางตรงกับลูกค้า เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลางเท่ากัน

ด้านบุคลากร ได้แก่ ด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ อ่อนน้อม มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการ ได้แก่ ด้านเวลาเปิด-ปิดทำการของคลินิกเหมาะสมมีระดับความพึงพอใจระดับน้อย

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ด้านมีเครื่องดื่มไว้คอยให้บริการ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5. เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน

6. เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านสามารถผ่อนชำระค่าบริการได้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยเท่ากัน

7. เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีระบบขนส่งมวลชนผ่าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน

8. เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีรายการส่งเสริมการขายให้แก่ลูกค้า เช่น ส่วนลดเงินสด หรือ แถมศัลยกรรมบางอย่างสำหรับลูกค้าที่ทำศัลยกรรมหลายรายการ และ ปัจจัยย่อยด้านมีการแนะนำข้อมูล รายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน ทั้งสองปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน

9. เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากัน

10. เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย และด้านมีการติดตามผลหลังรับบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน

11. เมื่อพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเท่ากัน

12. ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเท่ากันทุกรายได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

13. ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา พบว่า เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพ / สมเหตุสมผล ด้านมีราคาถูกกว่าคลินิกศัลยกรรมที่อื่นๆ และด้านแจ้งค่ารักษาก่อนการใช้บริการอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในระดับมากเท่ากันทุกรายได้

14. ส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านคลินิกมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / สถานที่ทำงาน / สถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในระดับมากเท่ากันทุกรายได้

15. ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบริการด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านมีการแนะนำข้อมูลรายละเอียดการศัลยกรรมแก่ลูกค้าในเว็บไซต์ของคลินิกอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในระดับมากเท่ากันทุกรายได้

16. ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบริการด้านบุคลากร พบว่า เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านแพทย์มีใบรับรองประกอบวิชาชีพทางด้านศัลยกรรมตกแต่งความงาม มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเท่ากันทุกรายได้

17. ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบริการด้านกระบวนการ พบว่า เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านได้พบแพทย์คนเดิมทุกครั้งที่มาใช้บริการ ด้านมีการนัดหมายเวลาล่วงหน้า ด้านมีการโทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงเวลานัดหมาย ด้านมีกระบวนการชำระเงินที่รวดเร็วและถูกต้อง และด้านมีการติดตามผลหลังรับบริกา มีค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเท่ากันทุกรายได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

18. ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ระดับความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.00

19. ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านความสะอาดของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 5.00

20. ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคคลที่มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิกคือ เพื่อน และผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิกจากเพื่อนมากที่สุด เช่นกัน

21. ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการในโอกาสหน้าที่เชียงใหม่ศัลยกรรมคลินิกมากที่สุด คือ จะกลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน และผู้ตอบแบบสอบถามจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการที่เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิกอย่างแน่นอน

22. ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจส่วนของนายแพทย์ อยู่ในระดับมากเท่ากัน

23. ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ระดับความสำคัญในส่วนของพนักงานอยู่ระดับมาก แต่ให้ระดับความพึงพอใจในส่วนของพนักงานอยู่ในระดับปานกลาง

24. ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่ตกอยู่ใน Quadrants C มี 2 ปัจจัยย่อยคือ ด้านมีเครื่องดื่มไว้คอยให้บริการ และ ด้านสามารถผ่อนชำระค่าบริการได้

25. ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่ตกอยู่ใน Quadrants D คือปัจจัยย่อยด้านคลินิกติดถนนไม่ต้องเดินเข้าศูนย์การค้า

26. ปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ของการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis: IPA) โดยเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่

- คลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย
- เวลาเปิด-ปิดทำการของคลินิกเหมาะสม
- ระยะเวลารอรับการบริการไม่นาน
- ได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย
- พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ อ่อนน้อม
- พนักงานคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
- ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างชัดเจน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- มีการตลาดทางตรงกับลูกค้า เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นต้น
- มีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ
- คลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน
- แพทย์แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย
- คลินิกตกแต่งทันสมัย
- อุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเน้นการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก และพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ ที่อยู่ใน Quadrants A ก่อนเป็นเรื่องแรก โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

คลินิกสามารถหาที่จอดรถได้ง่าย

เนื่องจากทางคลินิกเป็นตึกแถวที่ไม่มีบริเวณสำหรับลานจอดรถ การจอดรถจึงต้องจอดบนถนนเลียบทางเท้าแบบวันคู่ วันคี่ จึงทำให้พื้นที่สำหรับการจอดรถค่อนข้างหายาก ดังนั้นควรมีการปรับปรุงในเรื่องสถานที่จอดรถ เพราะหากลูกค้าต้องการมาใช้บริการแต่หาที่จอดรถไม่ได้อาจทำให้เปลี่ยนใจไม่ใช้บริการ หรือไปใช้บริการที่อื่นที่มีที่จอดรถสะดวกกว่า ทำให้เสียโอกาสในการขาย อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะนี้มีความเป็นไปได้น้อยในทางปฏิบัติ เนื่องด้วยข้อจำกัดของสถานที่ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะว่า คลินิกควรที่หาพื้นที่เช่าลานจอดรถบริเวณใกล้เคียง ทั้งสถานที่ส่วนบุคคล หรือทำหนังสือแจ้งไปยังวัดบริเวณใกล้เคียง เช่น วัดเจดีย์หลวง วัดพระสิงห์ และวัดชัยพระเกียรติ เพื่อขอเช่าพื้นที่ในการจอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เดินทางมาด้วยรถส่วนตัว เป็นต้น

เวลาเปิด-ปิดทำการของคลินิกเหมาะสม

เนื่องจากตารางงานของนายแพทย์ชาตรีค่อนข้างไม่ลงตัว จึงทำให้วัน และเวลาการเปิดทำการของคลินิกไม่แน่นอน ทำให้ลูกค้าบางรายไม่สะดวกที่จะมาใช้บริการในช่วงเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะนี้มีความเป็นไปได้น้อยในทางปฏิบัติ เนื่องด้วยข้อจำกัดของตารางงานของนายแพทย์ชาตรี ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะว่า ทางคลินิกควรมีการหาทีมนายแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านศัลยกรรมเพิ่ม เพื่อขยายระยะเวลาเปิดทำการของคลินิกให้มากขึ้น ทำให้คลินิกไม่เสียโอกาสในการรับลูกค้าเพิ่มด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระยะเวลารอรับการบริการไม่นาน และ ได้รับบริการตรงตามเวลานัดหมาย

เนื่องจากปัจจัยย่อยทั้งสองด้านเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับระยะเวลารอคอย การทำศัลยกรรมเป็นงานที่ต้องใช้ความละเอียดสูง ความยากง่ายของงานมีผลกับระยะเวลาผ่าตัดของแพทย์ ซึ่งทำให้ไม่สามารถระบุเวลาเสร็จสิ้นแน่นอนของลูกค้าท่านนั้นๆ ได้ ทำให้ลูกค้าท่านต่อไปเกิดระยะเวลารอคอยที่นาน ดังนั้นทางคลินิกจึงควรมีการจัดระเบียบการนัดหมายกับลูกค้า โดยมีการลงทะเบียนพร้อมกับรับบัตรคิว โดยประมาณการเวลารอคอยให้มีความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 1 ชั่วโมงสำหรับลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้ลูกค้าไม่รู้สึกว่าเกิดระยะเวลารอคอยที่นานเกินไป โดยควรเพิ่มสื่อต่างๆ เพื่อเพิ่มความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น อัลบั้มรูปถ่ายงานศัลยกรรมที่ผ่านมาของนายแพทย์ชาตรี การให้บริการสัญญาณอินเตอร์เน็ตไร้สาย จัดเครื่องดื่มให้บริการเพิ่มเติม จัดหานิตยสาร โดยเพิ่มความหลากหลายของประเภทนิตยสารเพื่อให้ตรงกับความสนใจของลูกค้าแต่ละราย โดยอาจเน้นไปที่นิตยสารด้านการแพทย์ ด้านสุขภาพ และด้านความสวยความงาม เนื่องจากลูกค้าที่มาทำศัลยกรรมส่วนใหญ่มีความสนใจทางด้านนี้อยู่แล้ว

พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ อ่อนน้อม

ด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ อ่อนน้อม ควรมีการประเมินพนักงานทุกเดือน โดยอาจทำในรูปแบบลักษณะใบแสดงความคิดเห็นในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเป็นผู้ประเมินความสามารถในการให้บริการของพนักงาน อีกทั้งคลินิกควรมีการจัดฝึกอบรมพนักงานทุกเดือน เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงานบริการ และควรมีการให้รางวัลแก่พนักงานดีเด่นที่มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำงานต่อไป

พนักงานคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

ด้านพนักงานคอยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด ควรมีการจัดอบรมเพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจด้านงานศัลยกรรมรูปแบบใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการแพทย์ปัจจุบัน และฝึกอบรมด้านงานบริการลูกค้าทั้งแบบก่อนศัลยกรรมและหลังศัลยกรรม เพื่อที่พนักงานจะได้สามารถอธิบายลูกค้าในเรื่องการปฏิบัติตน ทั้งก่อนและหลังการทำศัลยกรรมได้อย่างถูกต้อง และควรมีเครื่องมือเพื่อช่วยเหลือพนักงานให้สามารถทำงานได้สะดวก และง่ายขึ้น เช่น คู่มือสำหรับลูกค้าในการปฏิบัติตนหลังรับการผ่าตัด เป็นต้น

ป้ายชื่อหน้าคลินิกเห็นได้อย่างชัดเจน

ป้ายชื่อหน้าคลินิกปัจจุบันเป็นป้ายที่มีขนาดใหญ่อยู่แล้ว แต่ตำแหน่งที่ตั้งของคลินิกเป็นตึกแถวหลายอาคาร และมีต้นไม้ของทางราชการอยู่หน้าคลินิก จึงบดบังทำให้ป้ายชื่อหน้าคลินิกไม่มีความโดดเด่น ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะว่าทางคลินิกควรจัดงบประมาณทำป้ายชื่อหน้าคลินิกให้มีความโดดเด่นมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำเป็นป้ายไฟเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในตอน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลางคืน หรือทำป้ายชื่อคลินิกแบบติดล้อเพื่อนำไปตั้งไว้ให้ใกล้ถนนมากที่สุด ลูกค้าจะสังเกตเห็นป้ายหน้าร้านได้ง่ายขึ้น

มีการตลาดทางตรงกับลูกค้า เช่น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นต้น

คลินิกควรมีการจัดส่งข่าวสารให้ลูกค้าเดิมผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถทำได้รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังเป็นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมเอาไว้ โดยการส่งข่าวสารใหม่ๆ ของวงการศัลยกรรม หรือส่งข่าวสารโปรโมชั่นใหม่ๆ ให้ลูกค้าทราบ และไม่ควรมีความถี่ในการส่งข่าวสารบ่อยเกินไป ควรจัดทำเพียงแค่เดือนละครั้ง เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนลูกค้า

มีพนักงานขายแจ้งข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ

ทางคลินิกควรมีการจัดโปรโมชั่นใหม่ๆ เพื่อดึงดูดใจลูกค้า โดยอาจมีการจับคู่ชวนเพื่อนมาทำศัลยกรรม เป็นต้น ทำให้คลินิกมีรายได้เพิ่มขึ้น และขยายฐานลูกค้าอีกด้วย อีกทั้งควรมีการจัดค่าตอบแทนให้แก่พนักงานที่สามารถปิดการขายได้ พนักงานจะได้มีแรงจูงใจในการขายและอยากแนะนำโปรโมชั่นใหม่ๆ ของคลินิกมากขึ้น

คลินิกสะอาด เป็นสัดส่วน

เนื่องจากทางคลินิกมีอัตราการเข้าออกของลูกค้าต่อวันเป็นจำนวนมาก ทำให้ระหว่างวันพื้นที่ใช้สอยไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย จึงทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรายต่อไป ไม่มีความมั่นใจ ดังนั้น ทางคลินิกจึงควรที่จะมีการทำความคลินิกตลอดเวลา หรือทุกๆ 1-2 ชั่วโมง จึงควรที่จะมีการจ้างพนักงานทำความสะอาดให้มาประจำอยู่ที่คลินิก เพื่อที่พนักงานทำความสะอาดนั้นจะสามารถดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยได้ตลอดเวลา

แพทย์แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย

ทางคลินิกทำเครื่องแต่งกายสำหรับการผ่าตัดศัลยกรรมให้แก่นายแพทย์และเจ้าหน้าที่ โดยในห้องผ่าตัดควรให้นายแพทย์และเจ้าหน้าที่ใส่เครื่องแบบที่ปลอดเชื้อตลอดเวลา และไม่ควรแต่งกายชุดลำลองมาทำงาน ควรมีการจัดทำเครื่องแบบทั้งเจ้าหน้าที่ภายในห้องผ่าตัด และเจ้าหน้าที่ต้อนรับลูกค้า เพราะวิธีการที่ลูกค้าจะสามารถแยกแยะออกว่าได้ ท่านใดเป็นพนักงานและท่านใดเป็นลูกค้า เป็นต้น

คลินิกตกแต่งทันสมัย

เนื่องจากการรอคอยทำศัลยกรรมอาจสร้างความเครียดให้แก่ลูกค้า จนเกิดความกังวลและอาจยกเลิกการผ่าตัด ทำให้คลินิกอาจเสียโอกาสในการขายไป ดังนั้น ผู้ศึกษาเสนอว่า ทางคลินิกควรมีการจัดบรรยากาศภายในคลินิกให้มีความสดชื่น เน้นบรรยากาศแบบห้องนั่งเล่นเหมือนอยู่ที่บ้าน เพื่อสร้างความผ่อนคลายให้แก่ลูกค้ามากขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อุปกรณ์แพทย์ที่นำมาใช้มีความทันสมัย

คลินิกอาจต้องมีการลงทุนเพิ่มในอุปกรณ์การแพทย์สมัยใหม่เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในความปลอดภัย และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการใช้บริการมากขึ้น เช่น การนำเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยมาใช้ เช่น เครื่องวัดระดับการเต้นของหัวใจขณะผ่าตัด หรือเครื่องช่วยหายใจ และอุปกรณ์ช่วยชีวิตต่างๆ อีกทั้ง คลินิกควรที่จะมีการพัฒนารูปแบบของการให้บริการและรูปแบบของการศัลยกรรม ให้ทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น เช่น การศัลยกรรมจมูกซึ่งเป็นฐานลูกค้าส่วนใหญ่ของคลินิก ทางคลินิกจึงควรที่จะมีการนำวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น เข้ามาใช้ เช่น ในอดีตทางคลินิกเคยใช้ซิลิโคนที่ผลิตในประเทศและมีลักษณะที่แข็ง จึงทำให้จมูกของลูกค้าที่เข้ารับการทำศัลยกรรมนั้นไม่ได้รูปทรงตามธรรมชาติ และปัจจุบันได้มีการนำเข้าซิลิโคนจากต่างประเทศเข้ามาใช้ ซึ่งมีลักษณะที่นุ่ม และมีความยืดหยุ่นมากกว่าของที่ผลิตในประเทศ และทำให้การศัลยกรรมที่ออกมานั้นเป็นธรรมชาติมากกว่าแบบเดิม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved