

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของคลินิก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของคลินิก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าของคลินิกจำนวนทั้งสิ้น 200 ราย โดยเก็บตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยกระจายการเก็บข้อมูลในวันจันทร์ ถึงวันอาทิตย์ ในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วยสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.50 อายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.00 มีสถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 79.50 มีรายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาอยู่ คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 33.50 ไม่มีคลินิกเสริมความงามที่ใช้บริการเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 53.50 เหตุผลที่เข้ารับบริการคลินิกเสริมความงาม คือ เข้าเสริม/ปรับปรุง /แก้ไข ในเรื่องผิวหนัง ผิวดำ ผิวด่าง คิดเป็นร้อยละ 69.00 ประเภทบริการที่เลือกใช้คือ ไอออนโต คิดเป็นร้อยละ 62.00 มารับบริการในช่วงวันที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 40.50 มารับบริการในเวลาที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รู้จักคลินิกเสริมความงามโดยเพื่อน หรือคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 51.00 ชำระเงินค่าใช้บริการด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 56.00 ชำระค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยการจ่ายเป็นคอร์ด คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 501 - 1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของคลินิก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเม้นท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมา ได้แก่ ภาพลักษณ์คลินิกคูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และภาพลักษณ์คลินิกมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา ได้แก่ ีราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และป้ายแสดงราคาค่าบริการต่างๆ มีความถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา ได้แก่ คลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และคลินิกและห้องบริการเวชกรรมกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ วิธีในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเคาท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา ได้แก่ การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา ได้แก่ สุขภาพอนามัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และแพทย์มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และสามารถรับคำปรึกษาแพทย์ได้ทันที ไม่ต้องรอนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การบริการ น้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาได้แก่ บรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และมีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของคลินิก จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ความน่าสนใจของ Package พิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และความปลอดภัยในत्वเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเมนท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ภาพลักษณ์คลินิกดูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และภาพลักษณ์คลินิกดูมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ป้ายแสดงราคาค่าบริการต่างๆ มีความถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และป้ายแสดงราคาค่าบริการต่างๆ มีความถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และคลินิกและห้องบริการเวชกรรมกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 คลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และสามารถโทรสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 คลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และคลินิกและห้องบริการเวชกรรมกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ วิธีในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเคาท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ และแผ่นพับ ใบปลิว มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก วิธีในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเคาท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สุขภาพอนามัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 แพทย์มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และสุขภาพอนามัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และสามารถรับคำปรึกษาแพทย์ได้ทันที ไม่ต้องรอนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยด้านการสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การบริการ น้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 บรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และความสะอาดภายในคลินิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การบริการ น้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 บรรยากาศภายใน

คลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่มีเหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และมีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 พึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเมนท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 ภาพลักษณ์คลินิกมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 คลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และภาพลักษณ์คลินิกเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท พึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเมนท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ภาพลักษณ์คลินิกเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และภาพลักษณ์คลินิกมีความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท พึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเมนท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ภาพลักษณ์คลินิกมีความเชี่ยวชาญ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น รักษาได้ผลดี เห็นผลได้อย่างชัดเจน และหายขาด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และภาพลักษณ์คลินิกเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท พึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเมนท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ความปลอดภัย ในตัวเวชภัณฑ์ (ยา) และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่แพ้ภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และภาพลักษณ์คลินิกเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ภาพลักษณ์คลินิกคูเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ชื่อเสียงของบุคลากรทางการแพทย์ (หมอ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และภาพลักษณ์คลินิกคูมีความเชี่ยวชาญ และความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเม้นท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคาค่าบริการต่างๆ มีความถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคาค่าบริการต่างๆ มีความถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ และราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ป้ายแสดงราคาค่าบริการต่างๆ มีความถูกต้องชัดเจน และสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคาค่าบริการต่างๆ มีความถูกต้องชัดเจน และราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ราคา Package พิเศษมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และการแจ้งราคาค่ารักษา ค่าบริการ และค่าเวชภัณฑ์ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 คลินิกและห้องบริการเวชกรรมกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และคลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และ คลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย พร้อมทั้ง คลินิกและห้องบริการเวชกรรมกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และสามารถโทรสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และคลินิกและห้องบริการเวชกรรมกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 คลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และคลินิกและห้องบริการเวชกรรมกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่/การจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.47 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สามารถโทรสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และคลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ วิธีในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึงชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเคาท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 การโฆษณา-

ประชาสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และแฟนพับ ใบปลิว มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ วิธีในการแจ้งข่าวสารโปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเค๊าท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และแฟนพับ ใบปลิว มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ วิธีในการแจ้งข่าวสารโปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเค๊าท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ วิธีในการแจ้งข่าวสารโปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเค๊าท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 การให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ มีความน่าเชื่อถือ และแฟนพับ ใบปลิว มีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ วิธีในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเค๊าท์เตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 การเชิญชวนของพนักงานในการสมัครคอร์สต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และการให้ส่วนลดในโอกาสพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สุขภาพอนามัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ และแพทย์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และแพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และสภาพอนามัยของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ แพทย์มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 สภาพอนามัยของพนักงาน และแพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และมารยาทในการให้บริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ชุดเครื่องแบบพนักงานมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และสภาพอนามัยของพนักงาน และแพทย์มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.50 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 แพทย์มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 และพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอธิบายดี ไม่ตรีดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ฟังพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และความรวดเร็วและถูกต้องในการค้นหาประวัติ และบันทึกการรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และสามารถรับคำปรึกษาแพทย์ได้ทันที ไม่ต้องรอนาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ความเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และความรวดเร็วและถูกต้องในการค้นหาประวัติและบันทึกการรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48

ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การบริการ น้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ และบรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และมีสื่อต่างๆ ให้ความเพลิดเพลินขณะรอรับบริการ เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การบริการ น้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 บรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และมีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การบริการ น้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 การตกแต่งภายในคลินิกสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และความสะอาดภายในคลินิก และมีที่นั่งสำหรับ

รองรับบริการเพียงพอ พร้อมทั้งบรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท พึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ น้ำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 บรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และมีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป พึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดภายในคลินิก และมีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 บรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบคลินิก สะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของคลินิก ได้ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยสามารถอภิปรายในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยโดยใช้วิธีการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 10 ลำดับแรกเปรียบเทียบกับปัจจัยย่อยกับการศึกษาของไพลิน ลืออคุลย์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการจากสถานเสริมความงามด้านผิวพรรณของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยขอนแก่น การศึกษาของธีรนนท์ ชูวิระ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิวฝ้าจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษาของศศิกา เดือนสว่าง (2553) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องมีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวประเภทต่างๆจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับหนึ่ง ในขณะที่ผลการศึกษาของไพลิน ลืออคุลย์ (2550) ชีรนนท์ ชูวีระ (2550) และศศิภา เดือนสว่าง (2553) พบว่าปัจจัยย่อยด้านการมีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวประเภทต่างๆจำหน่าย เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ดังนั้นทางคลินิกควรพิจารณาแก้ไขและให้ความสำคัญในการที่จะจัดหาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ประเภทต่างๆ ให้นำเสนอให้แก่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

รวมถึงในปัจจัยย่อยในด้านผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับสิบ ในขณะที่ผลการศึกษาของไพลิน ลืออคุลย์ (2550) พบว่าปัจจัยย่อยด้านความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้ในคลินิก เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นทางคลินิกควรพิจารณาแก้ไข

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับสอง ในขณะที่ผลการศึกษาของไพลิน ลืออคุลย์ (2550) และ ศศิภา เดือนสว่าง (2553) พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมาก รวมถึงในปัจจัยย่อยในด้านราคาผลิตภัณฑ์ต่างๆมีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับห้า ในขณะที่ผลการศึกษาของศศิภา เดือนสว่าง (2553) พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาผลิตภัณฑ์ต่างๆมีความเหมาะสม เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นทางคลินิกควรพิจารณาลดยุทธศาสตร์ทางด้านราคาใหม่ โดยทำการตรวจสอบเปรียบเทียบกับคลินิกคู่แข่งต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ถึงแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องที่ตั้งคลินิก ง่ายมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของไพลิน ลืออคุลย์ (2550) ชีรนนท์ ชูวีระ (2550) และศศิภา เดือนสว่าง (2553) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านที่ตั้งคลินิก ง่ายมองเห็นได้ชัดเจน เป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมาก เช่นกัน แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับเก้า ดังนั้นทางปณิภาคลินิควรรพิจารณาแก้ไข

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ถึงแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องป้ายโฆษณาหน้าร้าน โดคเด่นมีความน่าสนใจ และแผ่นพับใบปลิวมีความน่าสนใจ และมีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพลิน ลืออคุลย์ (2550) ชีรนนท์ ชูวีระ (2550) และศศิภา เดือนสว่าง (2553) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านการมีป้ายโฆษณาหน้าร้านที่โดดเด่นและมีความน่าสนใจ รวมถึงการมีแผ่นพับหรือใบปลิวที่มีความน่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือ นั้นเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับเจ็ด และแปด ดังนั้นทางปณิภาคลินิควรรพิจารณาแก้ไข

ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในเรื่องการติดตามดูแลของแพทย์และพนักงานหลังจากมาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับสี่ ในขณะที่ผลการศึกษาของ ไพลิน ลืออคุลย์ (2550) และ ชีรนนท์ ชูวีระ (2550) พบว่าปัจจัยย่อยด้านการติดตามดูแลของแพทย์และพนักงานหลังจากมาใช้บริการเสร็จเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นทางปณิภาคลินิควรรพิจารณาแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพื่อแสดงถึงการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเสมอต้นเสมอปลาย

แต่ในปัจจัยย่อยด้านการเชิญชวนของพนักงานในการสมัครคอร์สต่างๆ พบว่าเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก นั้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีรนนท์ ชูวีระ (2550) และศศิภา เดือนสว่าง (2553) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านการเชิญชวนของพนักงานในการสมัครคอร์สต่างๆ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับห้า ดังนั้นทางปณิภาคลินิควรรพิจารณาแก้ไข

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องบริการโทรแจ้งเดือนเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับต่ำที่สุดอันดับสาม ในขณะที่ผลการศึกษาของ ชีรนนท์ ชูวีระ (2550) พบว่าปัจจัยย่อยด้านการให้บริการโทรแจ้งเดือน

เมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก ดังนั้นทางคลินิกควรพิจารณาแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในเรื่องป้ายหน้าคลินิกเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำที่สุดของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ดังนั้นทางคลินิกควรพิจารณาแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของคลินิก สามารถนำเสนอข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าส่วนใหญ่ของคลินิกเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย
2. ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีรายได้สูง การศึกษาสูง และมีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ หรือ ประกอบอาชีพอิสระ มากกว่านักเรียน-นักศึกษา
3. ส่วนใหญ่ลูกค้าชอบมาทำ ทรีทเม้นท์ ไอออนโต และ โฟโน ซึ่งเป็น 3 กลุ่มบริการที่ลูกค้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก
4. สื่อที่ทำให้ลูกค้ารู้จักคลินิก ส่วนใหญ่ คือ การพูดปากต่อปากหรือการแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จัก
5. ปัจจัยย่อยในส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมีดังนี้

5.1 มีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวประเภทต่างๆจำหน่าย

5.2 ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ

5.3 บริการโทรแจ้งเตือนเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด

5.4 การติดตามดูแลของแพทย์และพนักงานหลังจากมาใช้บริการ

6. ปัจจัยย่อยในส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี

ดังนี้

6.1 ความหลากหลายของบริการ เช่น ทรีทเม้นท์ ลดริ้วรอย นิดโบ้ท็อก มาร์คหน้า

เป็นต้น

6.2 บริการนำดื่ม ลูกอม ขณะรอรับบริการ

7. กลุ่มลูกค้าชายพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาค่าผลิตภัณฑ์ต่างๆมีความเหมาะสมและความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการรักษาค่าบริการและค่าเวชภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลางในขณะที่กลุ่มลูกค้าหญิง พึงพอใจอยู่ในระดับมาก

8. กลุ่มลูกค้าชายพึงพอใจในระดับต่ำด้วยวิธีการเชิญชวนของพนักงานในการสมัครคอร์สต่างๆ ในขณะที่พึงพอใจในระดับมากที่สุดกับการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันผ่าน SMS หรือป้ายตั้งหน้าเค๊าท์เตอร์

9. กลุ่มลูกค้าชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่อง ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานของพนักงานและแพทย์ รวมถึงการติดตามดูแลของแพทย์และพนักงานหลังจากมาใช้บริการ ซึ่งในขณะที่กลุ่มลูกค้าหญิงพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

10. ลูกค้าที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านการมีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวประเภทต่างๆจำหน่าย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้อื่นๆ พึงพอใจในระดับปานกลางทั้งสิ้น

11. ลูกค้าที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการรักษาค่าบริการและค่าเวชภัณฑ์ และ ปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้อื่นๆ พึงพอใจในระดับปานกลางทั้งสิ้น

12. ลูกค้าที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านการเชิญชวนของพนักงานในการสมัครคอร์สต่างๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้อื่นๆ พึงพอใจในระดับปานกลางทั้งสิ้น

13. ลูกค้าที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้ม มีอัธยาศัย ไมตรีดี, มารยาทในการให้บริการของพนักงาน, พนักงานบริการประทับใจ และแพทย์มีความน่าเชื่อถือสามารถให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้อื่นๆ พึงพอใจในระดับมากทั้งสิ้น

14. ลูกค้าที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านบริการโทรแจ้งเตือนเมื่อถึงกำหนดระยะเวลาการนัดในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้อื่นๆ พึงพอใจในระดับปานกลางทั้งสิ้น

15. ลูกค้าที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการของบุคลากรทุกชั้นตอน และ คุณภาพการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้อื่นๆ พึงพอใจในระดับมากทั้งสิ้น

16. 10 อันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้

- ความหลากหลายของบริการ เช่น ทริทเมนท์ ลดริ้วรอย ฉีดโบท็อก มาร์คหน้า เป็นต้น
- การบริการน้ำดื่ม ถูกลม ขณะรอรับบริการ
- แพทย์มีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม อธิบายดี
- บรรยากาศภายในคลินิก เช่น ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ ไม่เหม็นยา เป็นต้น
- สุขภาพอนามัยของพนักงาน
- มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ
- แพทย์มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ
- วิธีในการแจ้งข่าวสาร โปรโมชันพิเศษประจำเดือน ทัวถึง ชัดเจน และถูกต้อง เช่น ผ่าน SMS และป้ายตั้งหน้าเค๊าท์เตอร์
- ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม , ความรวดเร็ว และถูกต้องในการคิดเงิน และมีที่นั่งสำหรับรองรับบริการเพียงพอ
- คลินิกมีการตกแต่งสวยงาม ทันสมัย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของปณิภา คลินิก ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกปัจจัยย่อย แต่มีบางปัจจัยย่อยเท่านั้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงให้ความสำคัญที่จะเน้นปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวให้มีความพึงพอใจให้อยู่ในระดับที่สูงยิ่งขึ้น โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่จำต้องแก้ไขและพัฒนาอย่างเร่งด่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- จากการที่ลูกค้าพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องการมีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวประเภทต่างๆ จำหน่าย อยู่ในระดับปานกลางโดยพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำที่สุดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ดังนั้นทางปณิภาคลินิกควรที่จะจัดหาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในแต่ละสภาพผิวไว้คอยจำหน่าย และมีหลายระดับราคาแต่มีคุณภาพที่ดีมาไว้เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้า หรือมีบอร์ดแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าได้รับทราบ

- พร้อมทั้งนี้ลูกค้ายังพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องผลิตภัณฑ์หรือเวชกรรมที่ใช้มีชื่อเสียง ถึงแม้ว่าจะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากแล้วก็ตาม แต่ยังเป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำอันดับสองของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ดังนั้นทางคลินิกควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ใช้ให้ลูกค้าได้รับทราบผ่านทางบอร์ดของร้าน แผ่นพับ หรือ ตัวพนักงานทุกคน เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ ทั้งตัวผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า คุณภาพ ว่ามีแหล่งที่มาจากไหน รวมถึงชื่อเสียงและการรับรองจากหน่วยงานหรือองค์กรทางด้านผิวหนัง เช่น ออย. เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและเชื่อถือมากขึ้น

ปัจจัยด้านราคา

- จากการที่ลูกค้าพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องราคาถูกกว่าคลินิกอื่นๆ ราคาผลิตภัณฑ์ต่างๆมีความเหมาะสม และความยุติธรรมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพการรักษา ค่าบริการและค่าเวชกรรม อยู่ในระดับต่ำของปัจจัยด้านราคา ดังนั้นทางคลินิกควรทบทวนกลยุทธ์ด้านราคาของกิจการใหม่ว่า สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) หรือไม่ หากกิจการพบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่มากนัก หรืออยู่ในระดับกลาง ดังนั้นการกำหนดราคาควรพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อไม่ให้มีราคาที่แตกต่างกันมากนัก แต่ถ้าหากกิจการวางตำแหน่งร้านว่าอยู่ในระดับสูงการกำหนดราคาต่างๆก็ควรที่จะสอดคล้องกับตำแหน่งที่วางไว้ แต่ควรที่จะนำเสนอคุณค่า (Value) ให้แก่ลูกค้ามากขึ้น เพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าราคาของคลินิกแพงจนเกินไป กิจการควรที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ และการรักษาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นประเด็นสำคัญ ที่ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบ กับสิ่งที่ได้รับ หากมีผลที่ต่างกันมาก อาจทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจและเกิดการบอกต่อในด้านลบ ซึ่งถือว่าเป็นผลเสียกับกิจการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

- จากการที่ลูกค้าพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องที่ตั้งคลินิก หาง่ายมองเห็น ได้ชัดเจน อยู่ในระดับต่ำของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ดังนั้นทางคลินิกอาจทำป้ายโฆษณาแสดงตำแหน่งร้านไปติดไว้ในแหล่งชุมชน ที่เป็นจุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็น ได้เด่นชัด (Touch Point) เพื่อเป็นการโฆษณาร้านและเป็นการแสดงตำแหน่งร้านให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

- จากการที่ลูกค้าพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องป้าย โฆษณาหน้าร้าน โดดเด่นมีความน่าสนใจอยู่ในระดับต่ำของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นทางคลินิกควรแก้ไขในเรื่องป้ายคลินิกให้มีความเด่นชัดมากขึ้น เช่น ทำป้ายให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เน้นการออกแบบสี สันตัวอักษร รูปภาพ ให้มีความโดดเด่นและสะดุดตา หรืออาจทำป้ายรูปแบบใหม่ ที่แตกต่างไปจากเดิม

- พร้อมทั้งนี้ลูกค้ายังพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องแผนพับใบปลิวมีความน่าสนใจและมีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับต่ำของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นทางคลินิก ควรว่าจ้างให้โรงพิมพ์เป็นผู้ดำเนินการให้ ทั้งในเรื่องเนื้อกระดาษ การออกแบบ จัดวางเนื้อหา เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

- พร้อมทั้งนี้กิจการอาจใช้วิธีการจัดโปรโมชั่นสินค้าหรือบริการสำหรับลูกค้าชาย โดยเฉพาะโดยเลือกบริการที่ลูกค้าชายใช้บ่อยนั่นก็คือ การบริการทำทรีตเมนต์ AHA มาเป็นตัวดึงให้ลูกค้าใช้บริการในราคาพิเศษ โดยนำเสนอแพ็คเกจ หรือคอร์สต่างๆผ่านป้ายตั้งหน้าเคาท์เตอร์ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำการตัดสินใจเอง โดยไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานหรือ ใช้วิธีการส่ง SMS แจ้ง ส่วนลูกค้าเพศหญิงนั้นควรเลือกบริการ ไอออนโต และ โฟโน แพ็คคู่ ซึ่งเป็นสองบริการหลักที่ลูกค้าเพศหญิงเลือกใช้บริการในจำนวนมากที่ใกล้เคียงกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร

- จากการที่ลูกค้าพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องการติดตามดูแลของแพทย์และพนักงาน หลังจากมาใช้บริการอยู่ในระดับต่ำของปัจจัยด้านบุคลากรดังนั้นทางคลินิกควรทำความเข้าใจในเรื่องของการบริการที่มีคุณภาพและเกิดการประทับใจนั้น ธุรกิจบริการควรที่จะมีการดูแลเอาใจใส่ที่ดี ทั้งก่อนเข้ารับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ ดังนั้นในกรณีที่ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในระดับต่ำของการติดตามดูแลหลังจากใช้บริการ ทางคลินิกอาจโทรสอบถามอาการ และผลลัพธ์เพื่อแสดงถึงความห่วงใยในลูกค้าบางรายที่มีการทำที่มีผลเสียต่อผิวหนัง เช่น การทำเลเซอร์ RF เมโสเทอร์ราปี เป็นต้น ส่วนลูกค้ารายอื่นๆ ก็ควรสอบถามอาการ หรือสอบถามปัญหาผิวหนังก่อนการทำครั้งต่อไป เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน โดยพนักงานจะเป็นคนค้นประวัติและสอบถามลูกค้าด้วยความห่วงใยเป็นต้น

- พร้อมทั้งนี้ลูกค้ายังพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องการเชิญชวนของพนักงานในการสมัครคอร์สต่างๆ อยู่ในระดับต่ำของปัจจัยด้านบุคลากรดังนั้นทางคลินิกควรอบรมพนักงานทุกคนในเรื่องการเสนอขายคอร์สต่างๆ ควรมีทักษะในการเสนอขายที่ดีไม่เสนอขายแบบเร่งรัด ควรใช้เทคนิคคำถาม เพื่อสอบถามถึงความต้องการและประเมินศักยภาพในการชำระเงินของลูกค้าว่าเหมาะสมมากน้อยเพียงใด หรือ ทำการเสนอขายเชิงให้ความรู้ ไม่ควรใช้วิธีการปิดการขายแบบเร่งรีบเพราะอาจจะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจได้

- พนักงานหรือแพทย์ ควรให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่กลุ่มลูกค้าชายหลังจากการใช้บริการก่อนหน้าเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

- จากการที่ลูกค้าพึงพอใจในปัจจัยย่อยเรื่องบริการ โทรแจ้งเตือนเมื่อถึงกำหนด ระยะเวลานัดอยู่ในระดับต่ำของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการดังนั้นทางคลินิกควรมอบหน้าที่ให้พนักงานบริการ 1 คนทำหน้าที่ในการนัดหมายลูกค้า หรือ คอยโทรไปย้ำเตือนตามกำหนด การนำของแพทย์ หรือตามรอบการทำน้ำล้วงหน้า 1 วัน หรือใช้วิธีในการส่ง SMS แจ้งเตือนก็เป็น อีกวิธีหนึ่งที่เหมาะสมสำหรับลูกค้ารายเล็กทั่วไป

- ทางคลินิกฯ ควรให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค และมีความจริงใจในการ ให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

- จากการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในเรื่อง ป้ายหน้าคลินิกเห็นได้เด่นชัด และการตกแต่งหน้าคลินิกสวยงาม น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำที่สุดของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ดังนั้นทางคลินิกควร พิจารณาดำเนินการปรับปรุงดังกล่าว ให้เป็นตำแหน่งที่มองเห็นได้อย่างเด่นชัด รวมถึงการออกแบบ ตกแต่งพื้นที่หน้าคลินิกให้มีความสวยงาม น่าสนใจมากขึ้น แต่เนื่องจากคลินิกได้เช่าพื้นที่อยู่บน อาคารคอนกรีต ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะตกแต่งด้วยวัสดุต่างๆ เพราะเป็นกฎข้อห้ามของฝ่ายอาคาร และสถานที่ แต่สิ่งหนึ่งที่ทำได้คือ การออกแบบบริเวณกระจก การทำสติ๊กเกอร์ที่สวยงาม ช่วยใน การตกแต่ง รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อยบริเวณหน้าร้าน ควรโปร่งสบายตา