

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากผู้ที่มีรับบริการการแพทย์ทางเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 240 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้มารับบริการการแพทย์ทางเลือกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26- 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 51 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 49 อาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชนร้อยละ 40 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนเท่ากับผู้ที่มียรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 34 โดยสื่อที่ทำให้รับรู้การแพทย์ทางเลือกส่วนใหญ่ผ่านทางญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 66 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักมีปัญหาเรื่องปวดศีรษะ ปวดเมื่อยบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 69

ส่วนที่ 2 ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่าการแพทย์ทางเลือกในแขนงต่างๆให้คุณค่าด้านจิตใจควบคู่กับร่างกาย ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่า การแพทย์แผนปัจจุบันมีความยุ่งยากในการรักษามากกว่าการบริการการแพทย์ทางเลือก และการแพทย์ทางเลือกในแขนงต่างๆ สามารถบำบัดโรคได้ดีกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่าการบริการการแพทย์ทางเลือกมีอัตราค่าบริการเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลที่ได้รับ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าการแพทย์ทางเลือกสามารถเบิกค่ามารับบริการจากระบบประกันสุขภาพได้ และการแพทย์ทางเลือกเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน

ด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่าการแพทย์ทางเลือกบางอย่างมีการให้บริการถึงที่พักอาศัย แต่ก็ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งที่ไม่แน่ใจและไม่เชื่อว่าสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาได้สะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่า บริการการแพทย์ทางเลือกมีการจัดตั้งสมาชิก ชมรม แต่ก็ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งที่ไม่เชื่อว่าการบริการการแพทย์ทางเลือกมีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ และส่วนใหญ่ไม่แน่ใจในเรื่องของส่วนลดสำหรับสมาชิก

ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่า ผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกส่วนใหญ่เป็นผู้มีใบอนุญาตหรือใบรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งไม่เชื่อและไม่แน่ใจว่าผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามที่เกี่ยวข้องทางวิชาการได้

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้และเข้าใจว่า สถานที่ให้บริการทำให้เกิดความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย แต่ก็ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งที่ไม่เชื่อและไม่แน่ใจว่าสถานที่ให้บริการส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ทันสมัย

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่า การแพทย์ทางเลือกบางอย่างต้องมารับบริการต่อเนื่องหลายครั้งและใช้บริการอื่นควบคู่กันไป ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งไม่เชื่อว่าการบริการการแพทย์ทางเลือกมีความซับซ้อนและไม่แน่ใจว่าการบริการการแพทย์ทางเลือกมีการให้ความรู้ก่อนและหลังบริการ

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านความพึงพอใจ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการบริการการแพทย์ทางเลือก โดยวิเคราะห์แยกเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดในด้านการแพทย์ทางเลือกให้คุณค่าในด้านจิตใจควบคู่กับการรักษาด้านร่างกาย

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดในด้านอัตราค่าบริการมีความหลากหลาย สามารถเลือกจ่ายได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดในด้านการแพทย์ทางเลือกรายอย่างมีการให้บริการถึงที่พักอาศัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดในด้านบริการการแพทย์ทางเลือกรายอย่างมีการจัดตั้งสมาชิก ชมรม

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดในด้านผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกให้บริการที่ดี มีความเอาใจใส่สม่ำเสมอ สุภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดในด้านสถานที่ให้บริการทำให้เกิดความรู้สึกสงบ ผ่อนคลายเมื่อมารับบริการ

ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุดในด้านการบริการมีผู้ให้บริการพอเพียง

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยการให้บริการการแพทย์ทางเลือก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากค่ามากที่สุด 10 อันดับแรก โดยแสดงค่าเฉลี่ยในวงเล็บ ดังนี้

1. ความพอใจที่ได้รับบริการที่ดี เอาใจใส่ สม่ำเสมอ สุภาพ (4.38)
2. ผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกมีความชำนาญเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (4.3)
3. ผู้ให้บริการผ่านการอบรมจากสถาบันที่ให้การรับรอง (4.3)
4. ผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกมีความน่าเชื่อถือ สามารถตอบคำถาม ให้คำแนะนำได้ (4.28)
5. ผู้ให้บริการเป็นผู้มีใบอนุญาต (4.23)
6. สถานที่ให้บริการทำให้เกิดความรู้สึกสงบ ผ่อนคลายเมื่อมารับบริการ (4.17)
7. ความพอใจที่การแพทย์ทางเลือกให้คุณค่าในด้านจิตใจควบคู่กับการรักษาทางร่างกาย (4.13)
8. สถานที่ให้บริการการแพทย์ทางเลือกมีความทันสมัย (4.09)
9. ผู้ให้บริการมีจำนวนพอเพียง (4.06)
10. สถานที่ให้บริการมีที่จอดรถ สะดวก กว้างขวาง (4.04)

สำหรับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยการให้บริการการแพทย์ทางเลือก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 10 อันดับ โดยแสดงค่าเฉลี่ยในวงเล็บ มีดังนี้

1. ความพอใจที่การแพทย์ทางเลือกสามารถบำบัดรักษาโรคได้ดีกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน (3.48)
2. ความพอใจในความปลอดภัยเมื่อใช้บริการการแพทย์ทางเลือกที่มีมากกว่าการรักษาด้วยยาแผนปัจจุบัน (3.48)
3. บริการการแพทย์ทางเลือกมีการ โฆษณาอย่างสม่ำเสมอ (3.50)
4. การให้ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์แพทย์ ทางเลือกอย่างสม่ำเสมอ เช่น แผ่นพับ ให้ข้อมูลความรู้ต่างๆ (3.52)
5. ความพอใจราคาการให้บริการเมื่อเทียบกับผลที่ได้รับ (3.52)
6. การแพทย์ทางเลือกเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน (3.56)
7. ความพอใจในระดับราคาที่จ่ายไป (3.61)
8. การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ (3.64)
9. ความพอใจที่การบริการการแพทย์ทางเลือกบางอย่างต้องมารับการบริการอย่างต่อเนื่องหลายครั้ง และต้องใช้บริการอื่นควบคู่กัน (3.65)
10. ความพอใจในการบริการที่ไม่มีความยุ่งยากในการรักษาเทียบกับการรักษาด้วยการแพทย์แผนปัจจุบัน (3.66)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรม

จากผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้บริการการนวดกดจุดมากที่สุด โดยมีการใช้บริการเดือนละครั้ง ระยะเวลาที่ใช้บริการครั้งละ 1-3 ชั่วโมง มีการไปใช้บริการตามสถานที่ที่ผู้ที่มีใบประกอบโรคศิลป์แนะนำ เหตุผลที่ใช้บริการเพื่อต้องการผ่อนคลายให้เกิดความรู้สึกสบาย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะไปใช้บริการการแพทย์ทางเลือกในอนาคตแน่นอนและอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นไปใช้บริการ แต่เมื่อมีปัญหาสุขภาพโดยปกติผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไปพบแพทย์แผนปัจจุบัน

ส่วนที่ 5 ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจและพฤติกรรมจำแนกตามเพศ

ด้านความรู้ความเข้าใจ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจของเพศชายและเพศหญิงที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านการตลาดบริการการแพทย์ทางเลือก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่อปัจจัยย่อยต่างๆเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นความรู้ความเข้าใจที่มีต่อปัจจัยย่อยบางปัจจัยที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ดังสรุปได้ในตารางที่ 52

ตารางที่ 52 แสดงความรู้ความเข้าใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงและเพศชายมีความรู้ความเข้าใจแตกต่างกัน

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ผลิตภัณฑ์	มีความรู้ ความเข้าใจว่าการแพทย์แผนปัจจุบันมีความยุ่งยากในการรับการรักษามากกว่าการบริการการแพทย์ทางเลือก	ไม่เชื่อว่าการแพทย์แผนปัจจุบันจะมีความยุ่งยากในการรับการรักษามากกว่าการบริการการแพทย์ทางเลือก
บุคลากร	มีความรู้ ความเข้าใจว่าผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกส่วนใหญ่เป็นผู้มีใบอนุญาตหรือใบรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ และ ผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกสามารถให้คำแนะนำตอบข้อซักถามที่เกี่ยวข้องทางวิชาการได้	ไม่แน่ใจว่าผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกส่วนใหญ่เป็นผู้มีใบอนุญาตหรือใบรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือและผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกสามารถให้คำแนะนำตอบข้อซักถามที่เกี่ยวข้องทางวิชาการได้
การส่งเสริมการตลาด	มีความรู้ ความเข้าใจว่ามีส่วนลดในการมารับบริการสำหรับสมาชิก	ไม่แน่ใจว่าสถานให้บริการการแพทย์ทางเลือกมีส่วนลดในการมารับบริการสำหรับสมาชิก
กระบวนการ	มีความรู้ ความเข้าใจว่ามีการให้ความรู้ก่อนและหลังรับบริการ	ไม่แน่ใจว่าการบริการการแพทย์ทางเลือกมีการให้ความรู้ก่อนและหลังรับบริการ

ด้านความพึงพอใจ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความพึงพอใจของเพศชายและเพศหญิงที่มีต่อปัจจัยย่อยด้านการตลาดบริการการแพทย์ทางเลือก พบว่าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยต่างๆเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยบางปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังสรุปได้ในตารางที่ 53

ตารางที่ 53 แสดงความพึงพอใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงและเพศชายมีความรู้สึกแตกต่างกัน

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ผลิตภัณฑ์	รู้สึกพอใจในความปลอดภัยของบริการและผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับการรักษาด้วยยาแผนปัจจุบัน และสามารถบำบัดรักษาโรคได้ดีกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน	รู้สึกเฉยๆในความปลอดภัยของบริการและผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับการรักษาด้วยยาแผนปัจจุบัน และรู้สึกเฉยๆในความสามารถในการบำบัดรักษาโรคได้ดีกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน
ราคา	รู้สึกพอใจในราคาการให้บริการเมื่อเทียบกับผลที่ได้รับ	รู้สึกเฉยๆในราคาเมื่อเทียบกับผลที่ได้รับ
การส่งเสริมการตลาด	รู้สึกเฉยๆที่การบริการการแพทย์ทางเลือกมีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ	รู้สึกพอใจที่การบริการการแพทย์ทางเลือกมีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ

ด้านพฤติกรรม

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการการแพทย์ทางเลือกเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่าส่วนใหญ่มีแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้บริการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการการแพทย์ทางเลือกอย่างแน่นอน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการการแพทย์ทางเลือก

อภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะนำแนวคิดเรื่ององค์ประกอบทัศนคติ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive component) ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ ความเข้าใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแพทย์ทางเลือก ดังนี้ การแพทย์ทางเลือกในแขนงต่างๆให้คุณค่าในด้านจิตใจควบคู่กับการรักษาทางร่างกาย การบริการการแพทย์ทางเลือกมีหลายรูปแบบ มีการให้บริการถึงที่พักอาศัย สถานที่ให้บริการทำให้เกิดความรู้สึกสงบผ่อนคลาย สามารถรับบริการได้ที่สถานออกกำลังกาย หรือสถานปฏิบัติธรรมหรืออื่นๆ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีใบอนุญาตหรือใบรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ มีการจัดตั้งสมาชิกชมรม มีการให้บริการทั้งจากโรงพยาบาลของรัฐหรือเอกชน

แต่จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความไม่แน่ใจในความรู้ความเข้าใจในการบริการการแพทย์ทางเลือก ที่ว่าการแพทย์ทางเลือกในแขนงต่างๆสามารถบำบัดโรคได้ดีกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน หรือความปลอดภัยของการแพทย์ทางเลือกเมื่อเทียบกับการรักษาด้วยการแพทย์แผนปัจจุบัน และไม่แน่ใจว่าผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ ตอบคำถามทางวิชาการแก่ผู้มาใช้บริการได้

ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับผลจากการศึกษาของ แคนซีย์ ซอบจิตร์(2543) ที่ศึกษาถึงความคิดเห็นของทีมสุขภาพจำนวน 110 คนต่อการนำแพทย์แผนไทยมาใช้เป็นแพทย์ทางเลือกในโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่าผู้ให้บริการมีความเห็นไม่แน่ใจที่การแพทย์แผนไทยสามารถรักษาโรคเรื้อรังบางชนิดได้ เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน อีกทั้งบุคลากรทีมสุขภาพและผู้มารับบริการไม่มีความรู้ความเข้าใจในแพทย์แผนไทยจึงขาดความเชื่อมั่นในการรักษา และความปลอดภัยของการรักษาด้วยแพทย์แผนไทย

2. องค์ประกอบด้านความพึงพอใจ (Affective component) ได้แก่ การวัดอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้บริการซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิด และปฏิกิริยาตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับพอใจในปัจจุบันต่างๆ ของการตลาดบริการการแพทย์ทางเลือก แต่พบว่าปัจจัยทางการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย คือ ความพอใจที่การแพทย์ทางเลือก

สามารถบำบัดรักษาโรคได้ดีกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน ความพอใจในความปลอดภัยเมื่อใช้บริการ การแพทย์ทางเลือกที่มีมากกว่าการรักษาด้วยยาแผนปัจจุบัน บริการการแพทย์ทางเลือกมีการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ ความพอใจในราคาการให้บริการเมื่อเทียบกับผลที่ได้รับ การให้ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์แพทย์ทางเลือกอย่างสม่ำเสมอเช่นแผ่นพับหรือการให้ข้อมูลความรู้ต่างๆ และการแพทย์ทางเลือกเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน

ซึ่งพบว่าการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับการศึกษาของสุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีปัญหามากในปัจจัยด้านการตลาดในเรื่องของราคา พบว่าค่าบริการนวดแผนโบราณมีราคาแพงเกินไป โดยสอดคล้องกับการศึกษาที่ว่า การแพทย์ทางเลือกอาจจะไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน และอีกปัจจัยหนึ่งที่สอดคล้องกันคือด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผลการศึกษาของสุชาวดี สุทธิคณิง กล่าวว่า การนวดแผนโบราณไม่มีการส่งเสริมการขาย ไม่มีการให้ส่วนลด การประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป โดยสอดคล้องกับการศึกษานี้คือ ผู้รับบริการการแพทย์ทางเลือกยังไม่พอใจในความสม่ำเสมอของการโฆษณาการแพทย์ทางเลือก การให้ข้อมูลข่าวสารเช่นแผ่นพับ

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการการแพทย์ทางเลือก ส่วนใหญ่คือความต้องการการผ่อนคลาย เพื่อให้เกิดความรู้สึกสบาย โดยคิดเป็นร้อยละ 70.8 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดจะไปใช้บริการการแพทย์ทางเลือกในอนาคตนั่นเอง คิดเป็นร้อยละ 48.3 ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 40.0 ที่คิดว่าอาจจะใช้บริการการแพทย์ทางเลือกอีก และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 45.4 มีความเห็นว่าอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นไปใช้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 41.3 ที่คิดว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นไปใช้บริการการแพทย์ทางเลือกอย่างแน่นอน ซึ่งแสดงให้เห็นแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตว่าจะมีการใช้บริการการแพทย์ทางเลือกอีก

ข้อค้นพบ

1. ผู้รับบริการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ว่าการแพทย์ทางเลือกบางอย่างสามารถเบิกค่าใช้จ่ายบริการจากระบบประกันสุขภาพได้ ทั้งที่ปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้นำระบบการแพทย์แผนไทยไปใช้ตามโรงพยาบาลต่างๆ
2. ผู้รับบริการส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าการแพทย์ทางเลือกจะเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการแพทย์แผนปัจจุบันและราคาค่าบริการมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลที่ได้รับ แต่จะพึงพอใจถ้าบริการการแพทย์ทางเลือกมีการกำหนดอัตราราคาที่สามารถเลือกจ่ายได้
3. พบว่าปัจจุบันการบริการแบบ Direct Sales หรือการตลาดขายตรงมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มารับบริการมากกว่าการเลือกใช้ช่องทางการให้บริการการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ เช่น ตามโรงพยาบาล หรือ สถานออกกำลังกาย
4. ถึงแม้ว่าสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักการแพทย์ทางเลือก ส่วนใหญ่มาจากญาติหรือเพื่อนสนิทแนะนำให้ไปใช้บริการ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกไปใช้บริการตามสถานที่ที่มีใบประกอบโรคศิลป์แนะนำให้ไปใช้บริการมากกว่า
5. แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายจะเคยไปรับบริการการแพทย์ทางเลือกและมีการใช้บริการเฉลี่ยเดือนละครั้ง แต่เมื่อมีปัญหาทางสุขภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก็ยังคงเลือกที่จะไปรับบริการการแพทย์แผนปัจจุบัน มีเพียงร้อยละ 5 ของผู้ตอบแบบสอบถามเท่านั้นที่จะไปรับการรักษาหรือบริการการแพทย์ทางเลือกก่อน นั่นคืออาจพอกกล่าวได้ว่า ผู้มารับบริการส่วนใหญ่จะพิจารณาใช้บริการการแพทย์ทางเลือกเป็นทางเลือกเสริมเพื่อให้ร่างกายรู้สึกสบาย ผ่อนคลาย หรือเป็นทางเลือกเสริมที่ใช้บำบัดรักษาพร้อมกับแพทย์แผนปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความไม่มั่นใจในความปลอดภัยของการใช้บริการการแพทย์ทางเลือก บางคนไม่เชื่อและไม่แน่ใจว่า ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำ ตอบคำถามทางวิชาการได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรประชาสัมพันธ์หรือให้ความรู้ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้มารับบริการในตัวตนค้ำนั้นๆ มีการเน้นย้ำถึงความปลอดภัยของการใช้บริการการแพทย์ทางเลือกในแต่ละแขนง โดยระบุให้ผู้รับบริการทราบถึงข้อควรระวัง หรือผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการ เช่น การรับบริการการนวดกดจุด ผู้รับบริการเพศหญิงควรหลีกเลี่ยงการไปนวดหรือกดจุดขณะมีรอบเดือน มีการส่งเสริมความรู้ด้านการแพทย์ทางเลือกโดยการจัดนิทรรศการ อบรมสัมมนา โดยแพทย์หรือผู้มีใบประกอบโรคศิลป์เป็นผู้ให้คำแนะนำ ให้การบรรยายหรือรับรองผลจากการบริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มารับบริการ จากข้อมูลด้านความพึงพอใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องความสามารถในการบำบัดรักษาโรคของการแพทย์ทางเลือกเมื่อเปรียบเทียบกับแพทย์แผนปัจจุบัน ผู้ประกอบการจึงควรหาข้อมูล หรือทำการวิจัยเปรียบเทียบผลการรักษาหรือการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการการแพทย์ทางเลือกกับแพทย์แผนปัจจุบัน นำเสนอเป็นบทความทางวิชาการที่สามารถวัดผลได้ทางวิทยาศาสตร์ หรือการให้ข้อมูลสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัยในขั้นตอนการผลิตสมุนไพรที่ผ่านการรับรองการผลิตจากกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น

นอกจากนี้ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงไม่แน่ใจว่าบริการการแพทย์ทางเลือกมีความชุกชากในการรักษาเมื่อเปรียบเทียบกับแพทย์แผนปัจจุบันหรือไม่ รวมถึงความรู้สึกลึกซึ้งๆ ที่มีต่อความปลอดภัยและความสามารถในการบำบัดรักษาโรคของการแพทย์ทางเลือก ผู้ประกอบการจึงควรให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ผู้มารับบริการเพศหญิง โดยการเสริมความรู้จากการใช้สื่อต่างๆ ที่สร้างความเข้าใจให้ชัดเจนขึ้น เช่น การจำลองรูปแบบการมารับบริการ แสดงภาพขั้นตอนการเตรียมตัวมารับบริการที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน ผ่านแผ่นพับหรือการประชาสัมพันธ์ตามห้างสรรพสินค้า และการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้หรือแจกบัตรลดเพื่อทดลองรับบริการ เช่น การทดลองเข้าคอร์สโยคะ การทดลองรับการบำบัดด้วยการฝังเข็ม

ตลอดจนการอ้างอิงข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ของการบริการในแง่ความปลอดภัย ประสิทธิภาพของการรักษา หรือการอ้างอิงจากบุคคลที่ผ่านการรักษามาแล้ว โดยนำเสนอในรูปแบบของแผ่นพับ วารสาร แจกให้แก่ผู้มารับบริการพิเศษ

2. ด้านราคา

จากผลการศึกษา ผู้มารับบริการจะพึงพอใจถ้ามีอัตราค่าบริการหลายระดับที่สามารถเลือกจ่ายได้ ดังนั้นผู้ให้บริการควรมีการตั้งราคาที่ชัดเจน มีการกำหนดระดับราคาการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ยังพบว่า มีผู้มารับบริการส่วนหนึ่งที่ไม่แน่ใจว่า การแพทย์ทางเลือกจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากกว่าการแพทย์แผนปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีความชัดเจนในการกำหนดราคา โดยอาจคิดตั้งป้ายแสดงราคาการให้บริการในแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจน การเปรียบเทียบราคาการให้บริการ เช่น การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเข้าคอร์สฝังเข็มเพื่อลดอาการปวดกับค่ารักษาจากการใช้ยาแผนปัจจุบัน หรือการชี้แจงราคาการให้บริการในศาสตร์นั้นๆ เปรียบเทียบกับข้อดีและข้อด้อยที่ได้จากการรับบริการแขนงอื่นๆ

จากข้อค้นพบของการศึกษา พบว่าผู้มารับบริการไม่มีความรู้ว่าการบริการการแพทย์ทางเลือกบางชนิดสามารถเบิกค่ามารับบริการจากระบบประกันสุขภาพได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับปรุงการสื่อสารเพื่อชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับการเบิกค่าบริการการแพทย์ทางเลือกจากระบบประกันสุขภาพ เช่น การชี้แจงในแผ่นพับ โฆษณา การให้พนักงานบริการสื่อสารข้อมูลนี้ให้แก่ผู้มารับบริการการแพทย์ทางเลือก เป็นต้น

นอกจากนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพิเศษ มีความรู้สึกเฉยๆต่อราคาค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับจากการบริการ ผู้ประกอบการจึงควรปรับกลยุทธ์ด้านราคาให้เจาะจงกับกลุ่มผู้มารับบริการพิเศษมากขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจ เช่น ค่าบริการราคาพิเศษเมื่อมารับบริการมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป หรือการตั้งราคาการบริการบางอย่างสำหรับเทศกาลพิเศษ เช่น การลดราคาค่าบริการนวดน้ำมันในเทศกาลวันแม่ หรือการคิดค่าบริการพิเศษสำหรับผู้มารับบริการเป็นคู่ ชาย-หญิง เป็นต้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าการขายตรง หรือ Direct Sales มีผลต่อการบริการค่อนข้างมาก ดังนั้นในยุคปัจจุบัน ผู้ให้บริการควรพิจารณาถึงการให้บริการถึงสถานที่พักอาศัย ตลอดจนการกระจายช่องทางการบริการให้ทั่วถึง เพื่อสร้างความสะดวกแก่ผู้มารับบริการที่สามารถเลือกรับบริการได้ไม่ว่าจะเป็นจาก

โรงพยาบาล สถานปฏิบัติธรรม หรือสวนสาธารณะ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้มารับบริการการแพทย์ทางเลือกหนึ่งรายอาจมีความต้องการการใช้บริการอื่นๆร่วมด้วย ดังนั้นการเปิดบริการที่มีการรวมบริการการแพทย์ทางเลือกไว้ที่สถานที่แห่งเดียวกันจึงเป็นการเพิ่มความสะดวก และเพิ่มโอกาสในการใช้บริการของผู้มารับบริการได้

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้มารับบริการ ไม่มีการรับรู้ถึงการส่งเสริมการตลาดที่ดีพอ ความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วน คิดว่าการบริการมีการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาการสื่อสาร รวมถึงรูปแบบของการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดีและมีแรงจูงใจในการมารับบริการ เช่น การจัดทำแผ่นพับแจกตามห้างสรรพสินค้า การออกไปพบผู้รับบริการตามโรงงานโดยนำเสนอโปรแกรมการให้บริการให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบประกันสังคม การให้ส่วนลดในการบริการสำหรับสมาชิก การจัดตั้งชมรม การจัดสัมมนา นิทรรศการ โดยมีผู้มีใบประกอบโรคศิลป์เป็นวิทยากร การส่งเสริมการตลาดในโอกาสพิเศษ เช่น การลดราคาการบริการนวดอโรมาในวันแม่

นอกจากจะพิจารณาถึงการที่ผู้มีใบประกอบโรคศิลป์เป็นผู้สร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการการแพทย์ทางเลือก ผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกทั่วไปควรพิจารณานำกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเชิงรุก เช่น การจัดตั้งชมรมแพทย์ทางเลือก การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์การสร้างระบบรับรองมาตรฐานการบริการ เพื่อยกระดับการบริการการแพทย์ทางเลือกให้เป็นที่ยอมรับ รวมถึงการจัดทำเว็บไซต์เพื่อตอบปัญหาหรือให้ข้อมูลแก่บุคคลทั่วไป การประเมินผลการให้บริการโดยการจัดทำแบบสอบถาม ข้อเสนอแนะ ผ่านจดหมายข่าวที่รวมถึงการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือการบริการส่งตรงถึงบ้านของผู้รับบริการหรือผู้ที่เป็สมาชิกอย่างเป็นประจำ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทางวิทยุหรือโทรทัศน์ หรือการจัดตั้งศูนย์สอทไลน์ผู้บริโภครเพื่อให้คำแนะนำด้านผลิตภัณฑ์และบริการการแพทย์ทางเลือก

ในขณะที่เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบว่าผู้มารับบริการเพศชายมีความรู้สึกรู้สึกว่า การโฆษณาการแพทย์ทางเลือกมีไม่สม่ำเสมอ ผู้ประกอบการจึงควรพิจารณานำกลยุทธ์เสริมเพื่อสื่อถึงผู้รับบริการเพศชายโดยเฉพาะเจาะจง เช่น การเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์การบริการการแพทย์ทางเลือกตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์กีฬา หรือนิตยสาร วารสารรายเดือนสำหรับผู้ชาย เพื่อให้ผู้รับบริการเพศชายรับรู้ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

ในขณะที่เดียวกัน แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่าอาจจะมีการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการการแพทย์ทางเลือก ผู้ประกอบการจึงควรนำกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมาใช้เสริมสำหรับผู้มารับบริการเพศหญิง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้รับบริการเพศหญิงมีพฤติกรรมแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการเพิ่มขึ้น เช่น การให้ส่วนลดเมื่อแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ การจัดตั้งชมรมสมุนไพรสำหรับผู้หญิง การประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสารสำหรับผู้หญิงที่ให้ส่วนลดสำหรับการมารับบริการมากกว่า 2 คนขึ้นไป การอ้างอิงบุคคลที่มีชื่อเสียง ประสบความสำเร็จและเคยรับบริการการแพทย์ทางเลือกหรือมารับบริการเป็นประจำ เป็นวิทยากรเผยแพร่ประสบการณ์ที่ดีผ่านการโฆษณาโดยแพร่คำพูด (A favorable word of mouth advertising) (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543: 283) เพื่อสร้างสัญลักษณ์ในการชี้นำ จูงใจให้เกิดแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

การนำกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดไปใช้อย่างสม่ำเสมอจะช่วยย้ำและกระตุ้นให้ผู้มารับบริการเกิดความคุ้นเคยและสร้างความทรงจำที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นเครื่องมืออีกทางหนึ่งที่จะจูงใจให้ผู้มารับบริการได้รับรู้และมีพฤติกรรมการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าผู้มารับบริการส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจมาก ถ้าผู้ให้บริการมีความเอาใจใส่ สุภาพ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะนำ ตอบคำถามทางวิชาการแก่ผู้มารับบริการได้ บุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะต้องคัดเลือกบุคลากรที่มีทัศนคติที่ดีที่พร้อม ให้บริการ มีความสุภาพ เอาใจใส่ มีการอบรมเพื่อให้ผู้บริการมีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และการบริการการแพทย์ทางเลือกนั้นๆ โดยที่บุคลากรควรจะต้องตอบคำถามแก่ผู้มารับบริการได้ มีความรู้จริงต่อผลิตภัณฑ์การแพทย์ทางเลือกที่ให้บริการ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรตื่นตัวในเรื่องของข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ การวิจัยใหม่ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงข้อได้เปรียบหรือข้อจำกัดของการรักษา ความเสี่ยงหรือผลข้างเคียงที่เกิดขึ้น ผลดีของการรักษาที่คาดว่าจะเกิดและนำความรู้ใหม่ๆ ที่ได้มาพัฒนา อบรมให้ความรู้แก่พนักงานผู้ให้บริการ ทั้งนี้เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่พนักงาน ให้มีความรู้ที่ทันต่อเหตุการณ์และสามารถสร้างการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งผู้ให้บริการอื่นๆ

ในขณะที่จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความไม่แน่ใจในความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ว่าผ่านรับการอบรมจากสถาบันที่ได้รับการรับรองหรือได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินการบริการจริง อีกทั้งไม่แน่ใจว่าผู้ให้บริการจะสามารถให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามทาง

วิชาการได้ ผู้ประกอบการจึงควรจะสื่อสารให้ผู้มารับบริการเชื่อมั่นในบุคลากร โดยอาจคิดใบประกาศนียบัตร ณ สถานที่ให้บริการ การจัดทำป้ายชื่อพนักงานที่ประทับตราลงวันที่ที่ได้ผ่านการอบรม รวมถึงการจัดอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ประเมินความรู้ของพนักงาน และประเมินผลการบริการเป็นระยะๆ สำหรับผู้ให้บริการเองควรปรับบทบาทของตนเอง จากการเป็นผู้ให้บริการ เป็นผู้มีความรู้เฉพาะทาง มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันกับผู้ให้บริการท่านอื่น รวมถึงผู้มารับบริการทั่วไป อีกทั้งผู้ประกอบการควรจัดระบบสารสนเทศเพื่อรวบรวมลักษณะของปัญหาผู้มารับบริการแต่ละราย คำถามหรือข้อสงสัยจัดทำเป็นระบบฐานข้อมูลหรือกรณีศึกษา เพื่อนำไปอ้างอิง และพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางให้แก่พนักงานคนอื่นๆ ได้ศึกษาต่อไป

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

พบว่าสถานที่ตั้งของบริการการแพทย์ทางเลือกควรจะต้องอยู่ในที่ที่สงบ ทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย มีความสะอาด สวยงาม มีอุปกรณ์ทันสมัย มีการสร้างบรรยากาศให้รื่นรมย์ด้วยการตกแต่งสถานที่ การประดับประดาห้องที่ให้บริการ ส่วนรับรองผู้มารับบริการใช้บริการ การสร้างความผ่อนคลายขณะให้บริการ โดยการใช้เสียงเพลง เนื่องจากผู้ที่มารับบริการส่วนใหญ่ไม่เพียงแต่ต้องการรับบริการเพื่อการรักษาแต่ยังต้องการการผ่อนคลายจากการมารับบริการ

7. ด้านกระบวนการ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำที่กระบวนการให้บริการการแพทย์ทางเลือกบางอย่างต้องมารับการบริการอย่างต่อเนื่องหลายครั้ง ซึ่งอาจทำให้ผู้มารับบริการเห็นว่า การแพทย์ทางเลือกมีความยุ่งยาก ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงเพราะต้องมารับการรักษาบ่อย ดังนั้นผู้ให้บริการและผู้ประกอบการควรจะมีการวางจัดระบบการให้บริการที่ชัดเจน มีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน แต่ละกระบวนการการให้บริการ ควรมีการชี้แจง อธิบายให้ผู้มารับบริการเข้าใจในแต่ละขั้นตอนทั้งก่อนและหลังการบริการ เช่น การปฏิบัติตัวก่อนและหลังมารับการฝังเข็ม อีกทั้งการจัดระบบการนัดหมายเพื่อลดระยะเวลาในการรอคอยการรับบริการแต่ละครั้งและวางแผนการให้บริการได้เหมาะสม การใช้ระบบบัตรคิว เพื่อสร้างการบริการที่เท่าเทียมกัน การเพิ่มพนักงานให้บริการในช่วงโมเมนต์ด่วน

จากการศึกษา ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่ำ ที่บริการบางอย่างอาจต้องใช้บริการอื่นควบคู่กัน ผู้ให้บริการจึงควรชี้แจงด้วยเหตุผลถึงความจำเป็นในการใช้บริการอื่นควบคู่กัน เช่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษา หรือชี้แจงให้ผู้มารับบริการทราบว่าบริการ

บางอย่างมีลักษณะเฉพาะตัวสำหรับผู้มารับบริการแต่ละคน ซึ่งวิธีการบริการจะต้องสอดคล้องกัน เช่น ผู้บริการที่มีอาการปวดศีรษะและมีความเครียดสูง ไม่เพียงแต่จะต้องใช้การบำบัดด้วยการฝังเข็ม หรือนวดกดจุด อาจต้องพิจารณาถึงการใช้น้ำมันบำบัดร่วมด้วย เป็นต้น

นอกจากนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงไม่แน่ใจว่า การบริการการแพทย์ทางเลือกมีการให้ความรู้ก่อนและหลังรับบริการ ผู้ประกอบการจึงควรนำกลยุทธ์เสนอก่อนการให้บริการ (Pre-sale service) ได้แก่ การชี้แจงวัตถุประสงค์ การปฏิบัติตัวก่อนมารับบริการ การอธิบายขั้นตอนการรับบริการ ข้อควรปฏิบัติขณะดำเนินการให้บริการ และกลยุทธ์เสนอหลังการให้บริการ (Post-sale service) เช่น การปฏิบัติตัวหลังได้รับบริการ การประเมินผล การให้โอกาสในการซักถามข้อสงสัย โดยผู้ประกอบการอาจพิจารณานำเสนอข้อมูลโดยผ่านการฉายวิดีโอ ผ่านแผ่นพับ หรือบุคลากรผู้ให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved