

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้าจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix – 7Ps) และแนวคิดแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior Model)

ระเบียบวิธีการศึกษา ได้มีการค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ โดยการรวบรวมจากหนังสือ วารสาร เอกสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในส่วนข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมจากการออกแบบสอบถามจากนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 77,092 คน ทำการสุ่มตัวอย่างประชากรแบบสะดวก จำนวน 321 คน โดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้าจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ และส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้าจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 75.40 อายุ 18-21 ปี ร้อยละ 64.00 ศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ร้อยละ 60.40 ส่วนใหญ่ รายได้ต่อเดือน 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 44.90 สาเหตุหลักของการเข้ารับบริการคือ รักษาสิ่วฝ้า ร้อยละ 93.80 เคยเข้ารับบริการรักษาสิ่วฝ้า คิดเป็นร้อยละ 93.80 ส่วนใหญ่เข้ามารับบริการรักษาสิ่วฝ้าน้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.10 ซึ่งใช้ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการรวมถึงค่าเวชภัณฑ์เฉลี่ยแต่ละครั้ง 300-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.00 บุคคลที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามคือตัวเอง เป็นร้อยละ 44.40 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล

(ค่าเฉลี่ย 4.20) และที่มีระดับความสำคัญมากคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ(ค่าเฉลี่ย3.92) และด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.57) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้ายจากคลินิกเวชกรรม โรคผิวหนัง มีผลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ในด้านของลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้ายจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ ต้องการมีบุคลิกภาพที่ดี และความต้องการความปลอดภัยในการเข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.25) ในด้านพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้าย จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง นั้นพบว่าส่วนใหญ่เริ่มความคิดในการเข้ารับบริการด้วยตัวเอง ร้อยละ 57.90 ผู้ที่จะแนะนำในการเข้ารับบริการมากที่สุดคือเพื่อน ร้อยละ 45.80 ผู้ที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้ายจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง มากที่สุดคือผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 74.10 ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการหาข้อมูลเพื่อเข้ารับบริการรักษาสิว ฝ้ายจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง น้อยกว่า 1 เดือน ร้อยละ 56.10

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 24.60 และเป็นหญิง ร้อยละ 75.40 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-21 ปี ร้อยละ 67.00 ศึกษาอยู่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ร้อยละ 60.40 รองลงมาเป็นมหาวิทยาลัยพายัพ คิดเป็นร้อยละ 18.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาคือ 5,001-7,000 บาท และ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.70 และ 18.40 ตามลำดับ สาเหตุหลักที่ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการคือ การรักษาสิวฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 93.80 ซึ่งเคยเข้ารับบริการรักษาสิวฝ้ายร้อยละ 93.80 โดยเข้ามาใช้บริการรักษาสิวฝ้ายน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.10 รองลงมาเข้ามาใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 34.90 เป็นผู้ที่เคยใช้บริการหอนอนสิริคลินิกเวชกรรมเฉพาะทางคิดเป็นร้อยละ 23.50 มากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการรวมถึงค่าเวชภัณฑ์เฉลี่ยแต่ละครั้ง 300-500 บาทคิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา คือ น้อยกว่า 300 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.80 โดยบุคคลที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคือตัวเอง เป็นร้อยละ44.40 รองลงมาคือเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 26.40

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.27) และปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.25) ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.03 เท่ากัน) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

ปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องความรู้ ความชำนาญของแพทย์ รองลงมาคือ อธิษาศัย กริยามารยาทของพนักงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ความมีสุขภาพอนามัยของพนักงาน เช่น หน้าตาสดใส ความสะอาดของร่างกาย ไม่เป็นโรคติดต่อ และบุคลิก อธิษาศัยของพนักงานชาย และพนักงานผ่านการฝึกอบรม และมีใบประกาศนียบัตรรับรอง และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.53 4.34 4.28 4.26 4.19 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมากคือ เรื่องบุคลิกภาพของพนักงานสร้างความเชื่อถือและมั่นใจในการบริการ ความเร็วในการทำงานของพนักงาน ความเพียงพอของแพทย์และพนักงานที่ให้บริการ พนักงานรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้า และพนักงานสามารถจดจำชื่อลูกค้า แต่ละคนได้ค่าเฉลี่ย 4.19 4.17 4.16 4.15 และ 3.52

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องการบริการที่สะอาด และปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 4.37 ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือเวลาในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีบริการที่ครบวงจรทั้งการรักษาผิวหนัง และบำรุงให้ผิวสวยใสขึ้น เช่นการทำ treatment ต่างๆเพื่อความงาม มีการรับประกันการรักษาตามระยะเวลาที่ชัดเจนมีการระบุระยะเวลาการรักษาให้หาย หรือมีพัฒนาการดีขึ้น ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริการ อย่างต่อเนื่อง มีการระบุระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เช่น กำหนดเวลาในการรอรับยา ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า มีการนัดเวลาล่วงหน้า และมีการโทรศัพท์สอบถามลูกค้าถึงการให้บริการของพนักงาน และผลการเข้ารับการรักษา ค่าเฉลี่ย 4.15 4.10 4.09 4.03 3.94 3.90 3.82 และ 3.43 ตามลำดับ ที่ให้ความสำคัญระดับปานกลางในเรื่องการ โทรศัพท์เตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัดค่าเฉลี่ย 3.32

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพโดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องความทันสมัยของเครื่องมือหรืออุปกรณ์ มีเก้าอี้หนังรถที่เพียงพอ มีนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้อ่าน และมีเพลงให้ฟัง สถานที่สวยงาม สะอาดสบาย สถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบายและมีเครื่องดื่มให้ระหว่างรอรับบริการ ค่าเฉลี่ย 4.15 3.94

3.83 3.73 และ 3.50 ตามลำดับ ส่วนเรื่องการออกค่าจอครถให้ลูกค้า และมีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้
ค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.06 ตามลำดับ มีความสำคัญระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่อง เวชภัณฑ์ที่ใช้แล้วไม่มีอาการแพ้ยา อักเสบ
หรือมีจุดค้างดำเกิดขึ้น เรื่องคลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก เช่น
สามารถรักษาได้ผลแตกต่างกับไปรักษากับคลินิกโรคทั่วไป เวชภัณฑ์มีคุณภาพตรงตาม
วัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับตา หน้า หรือคอ เวชภัณฑ์ที่ใช้แล้วทำให้มีผิวหน้า
ที่สวยใส ไร้สิ่วฝ้า ความมั่นใจในคุณภาพของเวชภัณฑ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ขององค์การอาหารและ
ยา(อย.)ระบุไว้ เวชภัณฑ์ใช้ส่วนผสมที่ดีมีคุณภาพ และคุณภาพของเวชภัณฑ์ตรงกันกับที่ระบุไว้บน
ฉลากหรือที่โฆษณาไว้ มีค่าเฉลี่ย 4.41 4.39 4.37 4.35 4.34 4.30 4.27 และ 4.23 ตามลำดับ ส่วน
ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก คือ มีการบอกข้อควรปฏิบัติในการรักษา เช่น เมื่อใช้แล้วห้าม
โดนแสงแดด การพัฒนาเวชภัณฑ์ให้ดีขึ้น เวชภัณฑ์ระบุข้อควรระวังในการใช้ เวชภัณฑ์มีฉลากที่
ระบุแหล่งผู้ผลิตชัดเจน เวชภัณฑ์มีฉลากที่ระบุส่วนผสมชัดเจน และมีการบอกข้อควรปฏิบัติใน
การเก็บรักษาเวชภัณฑ์ และความเรียบร้อย สวยงาม และทันสมัยของบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.18
4.11 4.05 4.01 3.91 และ 3.79 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา (Price)

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญระดับมาก คือราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับค่าเวชภัณฑ์และบริการของคลินิกอื่น และค่า
เวชภัณฑ์ที่เหมาะสมกับราคาการรักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ และมีการแจ้งราคา
ของเวชภัณฑ์และบริการก่อนการรักษา มีค่าเฉลี่ย 4.23 4.12 4.09 และ 3.96ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากใน เรื่องสิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะดวกเรียบร้อยและ
เป็นระเบียบ เช่น ไม่มีเสียงดัง หรือไม่สกปรก เป็นต้นรองลงมาคือ ความรวดเร็วในการติดต่อกับ
คลินิก ความสะดวกของทำเลที่ตั้งของคลินิกที่มีจอครถสะดวกและสามารถติดต่อกับคลินิกได้
สะดวกและหลายทาง เช่น โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต ค่าเฉลี่ย 4.01 3.95 3.83 3.74 และ 3.69
ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากคือ การให้ความรู้เกี่ยวกับผิวหนัง การแนะนำต่อของผู้ที่เคยเข้ามาใช้บริการ การแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ การให้ส่วนลดในวันพิเศษต่างๆ การให้ส่วนลดในช่วงเวลาที่กำหนด มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ และการให้ของแถมในโอกาสพิเศษ ค่าเฉลี่ย 4.03 3.88 3.79 3.69 3.63 3.57 และ 3.53 ตามลำดับ ส่วนที่ให้ความสำคัญระดับปานกลางในเรื่อง การมีนามบัตร แผ่นพับ โบรชัวร์ การมีบริการเสริมต่างๆ เช่น มีการนวดหลัง มีการแต่งหน้า หรือทำผมให้หลังจากใช้บริการ และมีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ ค่าเฉลี่ย 3.35 3.18 และ 2.88

ความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้าจากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนัง

ความต้องการปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.27) ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 3.94 และส่วนปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และ 3.69 ตามลำดับมีความสำคัญระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า

ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า ซึ่งพบว่ามีผลกระทบโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84 และ 3.82 ตามลำดับ)

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ มีผลกระทบโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) สิ่งกระตุ้นที่มีสิ่งกระตุ้นที่มีผลกระทบในระดับมากที่สุดคือ กระแสนิยมที่นิยมต้องการมีใบหน้าที่สวยงาม มีคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังที่รักษาสิ่วฝ้าให้เล็กลงมากขึ้น เทคโนโลยีในการรักษาสิ่ว ฝ้าแบบใหม่ เช่น การใช้แสงเลเซอร์ในการรักษาสิ่วฝ้า การศึกษาที่สูงขึ้นทำให้เข้าใจถึงสาเหตุของการเกิดสิ่วฝ้ามากขึ้น และภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของประเทศไทย ค่าเฉลี่ย 4.00 3.94 3.86 3.85 และ 3.56 ตามลำดับ

ลักษณะของผู้ซื้อ

ลักษณะของผู้ซื้อ มีผลกระทบโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบในระดับมากที่สุดคือ ความต้องการมีบุคลิกภาพที่ดี และความต้องการความปลอดภัยในการเข้ารับบริการ ค่าเฉลี่ย 4.28 และ 4.25 ส่วนลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบระดับมากคือ มีปัญหาสิ่ว ฝ้า ที่ประสบอยู่แล้วรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ต้องพบปะผู้คนจำนวนมากความต้องการยอมรับจากคนในสังคม ต้องการที่จะได้งานที่ดีในอนาคต สถานะ และความมั่นคงทางการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัว และเพื่อน และตำแหน่งและกิจกรรมที่ทำนรับผิชอบอยู่ ค่าเฉลี่ย 4.12 3.97 3.86 3.79 3.70 3.69 และ 3.55 ตามลำดับ ส่วนที่มีผลในระดับปานกลางคือ ความเชื่อหรือทัศนคติของผู้เข้ารับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ที่ริเริ่มเสนอความคิดในการซื้อบ้านคือผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ส่วนใหญ่มีผู้ที่ให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 38.00 ผู้ที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังจะเลือกด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมาคือ เพื่อนคิดเป็นร้อยละ 14.00 ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการหาข้อมูลเพื่อเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว น้อยกว่า 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 56.10 รองลงมาคือ 1-3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 35.50 แหล่งในการหาข้อมูลเพื่อเลือกใช้บริการมาจากผู้ที่เคยเข้ารับบริการมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 62.30 รองลงมาคือพนักงานของคลินิกโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 13.90 เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า คือ มีความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 47.60 ส่วนใหญ่จะทำการบอกต่อแก่ผู้อื่น ร้อยละ 95.00

การตัดสินใจซื้อ

จะตัดสินใจเลือกคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังเฉพาะทาง โดยเน้นเรื่องการรักษาสิ่ว ฝ้าโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 87.90 และจะสามารถจะเลือกคลินิกที่ตั้งอยู่ที่ใดก็ได้ในขณะนั้น คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองลงมาจะตัดสินใจเลือกคลินิกที่อยู่ใกล้บ้าน หรือที่พัก คิดเป็นร้อยละ 29.60

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ปัญหาด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านบุคคล คือพนักงานมีทัศนคติที่ไม่ดีในการบริการส่งผลให้มีกริยามารยาทไม่เหมาะสม และขาดความตั้งใจในการทำงานคิดเป็นร้อยละ

25.50 รองลงมาคือพนักงานขาดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 23.40 พนักงานไม่สามารถตัดสินใจได้ทันที คิดเป็นร้อยละ 19.10 และพนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ คิดเป็นร้อยละ 17.20

ปัญหาด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านกระบวนการ คือการรอคิวใช้เวลานาน คิดเป็นร้อยละ 64.40 รองลงมาคือขั้นตอนการรักษายุ่งยากร้อยละ 14.3 ขั้นตอนการร้องเรียนทำได้ยาก คิดเป็นร้อยละ 10.20

ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ คือสถานที่ติดต่อกับแคบ บรรยากาศไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือการตกแต่งภายในสำนักงานไม่เรียบร้อย ขาดความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 17.70 สัญลักษณ์ของสถานบริการไม่น่าประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 12.70 และ สภาพของป้ายสถานบริการไม่มีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 9.60

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือเกรงว่าผลิตภัณฑ์จะไม่สามารถรักษาได้ตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 35.90 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจว่าสามารถรักษาได้ตามระยะเวลาที่กำหนดร้อยละ 34.30 และไม่แน่ใจมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ใช้รักษา คิดเป็นร้อยละ 24.60

ปัญหาด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านราคา คืออัตราค่าบริการแพงกว่าคลินิกอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาคือราคาสูงกว่าการบริการที่ได้รับเป็นร้อยละ 30.90 และ อัตราค่าบริการแพงกว่าที่แจ้งไว้จะต้องเสีย คิดเป็นร้อยละ 12.10

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการจัดจำหน่าย คือช่วงเวลาในการติดต่อกับคลินิกมีน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคือที่ตั้งของคลินิกอยู่ไกลเกินไป คิดเป็นร้อยละ 29.30 และ สถานที่ในการติดต่อกับคลินิกมีน้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 25.90

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด คือการโฆษณาเกินจริง คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือทำให้ส่วนลคมีเงื่อนไขที่ไม่ได้บอกล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 20.70 และ ของแถมมีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 8.40

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรม โรคผิวหนัง ของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix - 7 P's)

ผลการศึกษาในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่าระดับความสำคัญโดยรวมในระดับมาก แต่ที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล และที่มีระดับความสำคัญระดับมากคือ ด้านกระบวนการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับ บุปผวรรณ ก่องมณี (2541) ที่ทำการศึกษารื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้บริโภคพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคล (People)

จากการศึกษาปัจจัยย่อยด้านบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องความรู้ ความชำนาญของแพทย์ อخصยาศัย กริยามารยาทของพนักงาน ความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ และพนักงานผ่านการฝึกอบรม และมีใบประกาศนียบัตรรับรอง และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยด้านบุคคล (คือตเลอร์, 2546: 583-584) ที่กล่าวว่า การให้บริการส่วนมากระทำโดยบุคคล (people) ดังนั้นการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานสามารถสร้างความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมาก โดยหลักการพนักงานควรแสดงความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพบริการ มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทันที มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ปัญหา และมีค่านิยมที่ดี

ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

จากการศึกษาปัจจัยย่อยด้านกระบวนการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องเวลาในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีบริการที่ครบวงจรทั้งการรักษาสิิวฝ้า และบำรุงให้ผิวสวยใสขึ้น เช่นการทำ treatment ต่างๆเพื่อความ มีการรับประกันการรักษาตามระยะเวลาที่ชัดเจนมีการระบุระยะเวลาการรักษาให้หาย หรือมีพัฒนาการดีขึ้น การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริการอย่างต่อเนื่อง มีการระบุระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน เช่น กำหนดเวลาในการรอรับยา ระยะเวลาในการรอรับบริการของลูกค้า และมีการนัดเวลาล่วงหน้า

สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยด้านกระบวนการ (เลิฟล็อก, 2546: 13) ที่กล่าวว่า ในการสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้านั้น ต้องมีการออกแบบ และจัดการกระบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการบริการนั้นสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้ลูกค้า เนื่องจากอาจจะมีเวลาช้า มีขั้นตอนมาก และมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะที่เดียวกันกระบวนการผลิตบริการที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า (Front line staff) ในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษาปัจจัยย่อยด้านกระบวนการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องความทันสมัยของเครื่องมือหรืออุปกรณ์ มีเก้าอี้นั่งรอที่เพียงพอ มีนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้อ่าน และมีเพลงให้ฟัง สถานที่สวยงาม สะอาดสบาย สถานที่จอดรถเพียงพอ สะอาดสบาย และมีเครื่องดื่มให้ระหว่างรอรับบริการ สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยด้านหลักฐานที่เป็นตัววัตถุ (เลิฟล็อก, 2546:14) ที่กล่าวว่า หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ เช่น รูปร่างของตัวตึก สวนหย่อม พานหระ เฟอร์นิเจอร์ตกแต่ง เครื่องมือ สมาชิกที่เป็นพนักงาน ป้าย วัสดุสิ่งพิมพ์ และสิ่งเร้าที่มองเห็นด้วยตาเปล่า ทั้งหมดนี้เป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้ และแสดงถึงรูปแบบและคุณภาพบริการของบริษัท ธุรกิจด้านบริการจำเป็นต้องบริหารหลักฐานที่เป็นตัววัตถุอย่างรอบคอบ เนื่องจากอาจมีผลกระทบต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้ ในบริการที่มีองค์ประกอบที่จับต้องได้ ยกตัวอย่างเช่น ในการประกันภัยอาจต้องทำการ โฆษณาเพื่อสร้างสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายในการคุ้มครอง ได้แก่ รมอาจเป็นสัญลักษณ์แห่งความคุ้มครอง รวมถึงการใช้สัญลักษณ์ป้อมปราการอาจหมายถึงความมั่นคงปลอดภัย จากการศึกษาคู่มือแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหา ด้านหลักฐานทางกายภาพ คือสถานที่ติดต่อด้านหน้าบรรยากาศไม่ดี รองลงมาคือการตกแต่งภายในสำนักงานไม่เรียบร้อย ขาดความเหมาะสม ถ้าไม่มีการปรับปรุงอาจจะกระทบถึงความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้าได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลการศึกษาพบว่า ในเรื่องเวชภัณฑ์ที่ใช้แล้วไม่มีอาการแพ้ยา อักเสบ หรือมีจุดต่างคำ เกิดขึ้น และความมั่นใจในคุณภาพของเวชภัณฑ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ขององค์การ อาหารและยา(อย.)ระบุไว้ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ การบอกรหัสการปฏิบัติในการรักษา เวชภัณฑ์ระบุข้อควรระวังในการใช้ มีฉลากที่ระบุแหล่งผลิตและส่วนผสมชัดเจน และมีการบอกรหัสการปฏิบัติในการเก็บรักษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย

สอดคล้องกับการศึกษาของพรประภา ชื่อสมศักดิ์ (2544) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผิวหนังขาวของสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ด้าน ผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการใช้

ปัจจัยด้านราคา (Price)

ผลการศึกษาในปัจจัยด้านราคา พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับค่าเวชภัณฑ์และบริการของคลินิกอื่น และค่าเวชภัณฑ์ที่เหมาะสมกับราคาค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ และมีการแจ้งราคาของเวชภัณฑ์และบริการก่อนการรักษา มีผลเหมือนกัน คือมีความสำคัญในระดับมากเท่ากัน สอดคล้องกับการศึกษาของพรประภา ชื่อสมศักดิ์ (2544) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผิวหนังขาวของสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผิวหนังขาว ด้านราคาโดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณค่า

ลักษณะของผู้ซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบในระดับมากที่สุดคือ ความต้องการมีบุคลิกภาพที่ดี และความต้องการความปลอดภัยในการเข้ารับบริการ ส่วนลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ มีปัญหาผิว ฝ้า ที่ประสบอยู่แล้วรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ต้องพบปะผู้คนจำนวนมากความต้องการการยอมรับจากคนในสังคม ต้องการที่จะได้งานที่ดีในอนาคต สถานะและความมั่นคงทางการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัว และเพื่อน และตำแหน่งและกิจกรรมที่ทำนรับผิชอบอยู่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Julian E. Barnes (2001) ผู้คนจำนวนมากเห็นความสำคัญต่อบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อโอกาสในการทำงาน โดย John A. Challenger ผู้บริหารของบริษัท Gray & Christmas กล่าวว่าผู้คนจำนวนมากให้ความสำคัญกับสภาพผิวที่ดีมากขึ้น เพราะต้องการให้ภาพพจน์ภายนอกดูดีขึ้นเพื่อความมั่นใจในการเข้าสังคม ผู้บริหารของบริษัทมักจะมองหาบุคคลที่มีบุคลิกที่ดีมาทำงานด้านประชาสัมพันธ์ หรือเข้าประจำตำแหน่งใหม่ๆของบริษัท ซึ่งจะตั้งมาตรฐานผู้หญิงที่มาสัมภาษณ์สูงมากขึ้นกว่าผู้ชาย โดยผู้บริหารเหล่านี้มักจะเลือกผู้ที่มีบุคลิกที่มีความมั่นใจ เพราะจะทำให้ดูเป็นมืออาชีพมากขึ้น

กระบวนการตัดสินใจ

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่จะให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า จากคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังมากที่สุดคือ เพื่อน ส่วนใหญ่จะตัดสินใจในการเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้า ด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 74.10 สอดคล้องกับ คลินิกผิว (2547: ออนไลน์) จากการศึกษาวิธีการเลือกคลินิกรักษาสิ่วหน้าพบว่าผู้ที่แนะนำการเลือกใช้บริการคือเพื่อนร้อยละ 52.63 ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พรประภา ชื่อสมศักดิ์ (2544) ที่ทำการศึกษารื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้สิ่วหน้าขาวของสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” ที่ว่าผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่คือเพื่อน

5.3 ข้อค้นพบ

1. ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านบุคคลมากที่สุด รองลงไปเป็นปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเวชกรรมโรคผิวหนังควรให้ความสำคัญในการออกแบบส่วนประสมการตลาดบริการ โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคคลปัจจัย ด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

2. ด้านความต้องการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีความต้องการมากที่สุดคือด้านบุคคล รองลงมาเป็นกับ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญระดับมาก

3. ด้านบุคคล พบว่ามีความต้องการและระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่อง แพทย์มีความรู้ ความชำนาญ พนักงานมีความเอาใจใส่ มีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มีสุขภาพอนามัย มีธรรมาภิบาล ภิยามารยาดี ผ่านการฝึกอบรม และเข้าใจความต้องการของลูกค้า เนื่องมาจากการศึกษาลักษณะของผู้ซื้อพบว่าในปัจจุบันผู้ซื้อต้องการความปลอดภัยในการเข้ารับบริการในระดับมากที่สุด แต่ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ พนักงานมีทัศนคติที่ไม่ดีในการให้บริการ มีกริยามารยาทไม่เหมาะสม ขาดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ไม่สามารถตัดสินใจได้ทันที และไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

4. ด้านกระบวนการ มีความต้องการ และความสำคัญโดยรวมระดับมาก โดยมีความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องการบริการที่สะอาด และปลอดภัย ระดับมากในเรื่อง เวลาในการให้บริการ ถูกค่าแต่ละคน มีบริการที่ครบวงจรทั้งการรักษาสิ่วฝ้า และบำรุงให้ผิวสวยใสขึ้น มีการรับประกันการรักษาตามระยะเวลาที่ชัดเจน มีการระบุระยะเวลาการรักษาให้หาย หรือมีพัฒนาการดีขึ้น

การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริการ อย่างต่อเนื่อง มีการระบุระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน และมีการนัดเวลาด่วนหน้า ส่วนความสำคัญระดับปานกลางในเรื่องการโทรศัพท์เดือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดระยะเวลานัด ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ การรอคิวใช้เวลานาน

5. ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความต้องการ และมีความสำคัญระดับมาก__โดยรวมมีความสำคัญระดับมาก ในเรื่องความทันสมัยของเครื่องมือหรืออุปกรณ์ สถานที่สวยงาม สะดวกสบาย มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย มีเก้าอี้นั่งรอที่เพียงพอ มีนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้อ่าน มีเพลงให้ฟัง และมีเครื่องดื่มให้ระหว่างรอรับบริการ ในระดับปานกลางเรื่องการออกค่าจอดรถให้ลูกค้า และมีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้ โดยปัญหาที่พบบ่อยส่วนใหญ่ คือ สถานที่ในการติดต่อคับแคบ และบรรยากาศไม่ดี

6. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความต้องการ และมีความสำคัญระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีระดับความสำคัญมาก โดยแบ่งเป็น 3 ด้านดังนี้

6.1 ด้านคุณภาพ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด คือ เวชภัณฑ์มีส่วนผสมที่ดีมีคุณภาพ และคุณภาพตรงกันกับที่ระบุไว้บนฉลากหรือที่โฆษณาไว้ มีวัตถุประสงค์ตรงตามที่ต้องการ ใช้แล้วทำให้มีผิวหน้าที่สวยใส ไร้สิ่วฝ้า ระดับมาก คือ การพัฒนาเวชภัณฑ์ให้ดีขึ้น โดยปัญหาที่พบบ่อยส่วนใหญ่ คือ เกรงว่าผลิตภัณฑ์จะไม่สามารถรักษาได้ตามความต้องการ และไม่แน่ใจมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ใช้รักษา

6.2 ด้านความปลอดภัย ในเรื่องเวชภัณฑ์ที่ใช้แล้วไม่มีอาการแพ้ยา อักเสบ หรือมีจุดดำงดำ เกิดขึ้น และความมั่นใจในคุณภาพของเวชภัณฑ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ขององค์การอาหารและยา(อย.)ระบุไว้ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ การบอกข้อควรปฏิบัติในการรักษา เวชภัณฑ์ระบุข้อควรระวังในการใช้ มีฉลากที่ระบุแหล่งผลิตและส่วนผสมชัดเจน และมีการบอกข้อควรปฏิบัติในการเก็บรักษา

6.3 ด้านอื่นๆ ที่มีระดับมากที่สุดในเรื่องคลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก คลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลแตกต่างกับไปรักษากับคลินิกโรคทั่วไประดับมาก เรื่อง ความเรียบร้อย สวยงาม และทันสมัยของบรรจุภัณฑ์

7. ด้านราคา พบว่ามีความต้องการระดับมากที่สุด แต่มีความสำคัญระดับมาก เรื่องที่ให้ความสำคัญระดับมาก คือราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับค่าเวชภัณฑ์และบริการของคลินิกอื่น ค่าเวชภัณฑ์ที่เหมาะสมกับราคา ค่ารักษาและบริการที่เหมาะสมกับการให้บริการ และมีการแจ้งราคาของเวชภัณฑ์และบริการก่อนการรักษา ปัญหาที่พบบ่อยคือ อัตราค่าบริการแพงกว่าคลินิกอื่นๆ รองลงมาคือราคาสูงกว่าบริการที่ได้รับและ อัตราค่าบริการแพงกว่าที่แจ้งไว้จะต้องเสีย

8. ด้านการจัดจำหน่าย มีความต้องการ และความสำคัญระดับมากในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้านสะดวกซื้อหรือและเป็นระเบียบ ความรวดเร็วในการติดต่อกับคลินิก ความสะดวกของทำเลที่ตั้งของคลินิก ที่มีจอร์จสะดวกและสามารถติดต่อกับคลินิกได้สะดวกและหลายทาง เช่น โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต ส่วนช่วงเวลาในการติดต่อกับคลินิกมีน้อยเกินไป ที่ตั้งของคลินิกอยู่ไกลเกินไป และสถานที่ในการติดต่อกับคลินิกมีน้อยเกินไปเป็นปัญหาที่พบมาก

9. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความต้องการ และความสำคัญระดับมาก โดยรวมมีความสำคัญระดับมาก ในเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับผิวพรรณ แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การแนะนำต่อของผู้ที่เคยเข้ามาใช้บริการ การให้ส่วนลดในวันพิเศษและช่วงเวลาที่กำหนด การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ และมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ เป็นปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการเกินความจริง

10. ลักษณะของผู้ซื้อ พบว่าลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุดคือ ความต้องการมีบุคลิกภาพที่ดี และความต้องการความปลอดภัยในการเข้ารับบริการ จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญด้านการบริการ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลิก ด้านกระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพมาเป็นอันดับแรก ลักษณะของผู้ซื้อที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่อยู่ในระดับปานกลางคือ ความเชื่อหรือทัศนคติของผู้เข้ารับบริการ เช่น การมีความเชื่อตาม หลักโหราศาสตร์ อาจจะเป็นเพราะผู้ที่เข้ารับบริการเป็นนักศึกษาที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นจึงมีความเชื่อเรื่องนี้น้อย

11. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ พบว่าผู้ที่เริ่มเสนอความคิดให้มีความสนใจเข้ารับบริการในระดับน้อยคือ พ่อแม่ และญาติ ผู้ที่ให้คำแนะนำ และตัดสินใจในการเข้าใช้บริการน้อยที่สุดคือ พ่อแม่ และระยะเวลาในการหาข้อมูลเพื่อเข้าใช้บริการน้อยที่สุดคือ มากกว่า 1 ปี แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อเข้าใช้บริการน้อยที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต และนิตยสาร เกณฑ์ในการตัดสินใจที่ใช้น้อยที่สุดคือ ความสามารถในการซื้อหรือผ่อนชำระ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่ไม่บอกต่อกับผู้อื่น

12. การตัดสินใจซื้อ พบว่าผู้ใช้บริการจำนวนน้อยที่จะเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้า จากร้านเสริมสวยที่มีบริการรักษาสิวฝ้า และคลินิกที่รักษาโรคทั่วไปที่มีบริการรักษาสิวฝ้าจะเห็นได้ว่าผู้ที่เข้ารับบริการให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัย และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเป็นอย่างมาก

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ ที่มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญด้านบุคลิกมากที่สุด และปัจจัยอื่นๆอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเวชกรรมโรค

ผิวหนังควรให้ความสำคัญในการออกแบบส่วนประสมการตลาดบริการทุกเรื่อง โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

2. **ด้านบุคคล** จากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการรักษาสิ่ว ฝ้านั้นจะเลือกคลินิกเวชกรรมโรคผิวหนังเฉพาะทาง โดยเน้นเรื่องการรักษาสิ่ว ฝ้าโดยเฉพาะ มากที่สุด และเลือกร้านเสริมสวยที่มีบริการรักษาสิ่ว ฝ้าน้อยที่สุด แสดงว่าผู้ใช้บริการให้ความเชื่อถือในความรู้ ความชำนาญของแพทย์เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเลือกทำเลที่ตั้งของคลินิกอยู่ที่ใดก็ได้ในขณะนั้น ผู้ใช้บริการก็ยินดีที่จะไปใช้บริการ ดังนั้นควรมีแพทย์มีความรู้ ความชำนาญ อย่างน้อย 1 คน ประจำคลินิกตลอดเวลา และควรให้แพทย์ศึกษาเทคโนโลยี และความรู้ใหม่ที่นำมาใช้ในการรักษาสิ่ว ฝ้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เนื่องจากปัจจุบันนี้มีเทคโนโลยีในการรักษาสิ่ว ฝ้าแบบใหม่เกิดขึ้นมาก เช่น การใช้แสงเลเซอร์ในการรักษาสิ่วฝ้า ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่กระตุ้นให้มีการเข้าใช้บริการมากขึ้น นอกจากนี้การที่จะมีบุคลากรที่ดี มีประสิทธิภาพจะต้องเริ่มตั้งแต่การสรรหาบุคคลที่มีความเหมาะสมในแต่ละงาน โดยจะต้องสังเกตและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้สมัครเข้าทำงานเพื่อให้สามารถคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมกับงานบริการได้นั้นเอง เมื่อได้บุคลากรที่มีพื้นฐานที่ดีสำหรับงานบริการแล้ว ต้องให้การสนับสนุนในด้านการพัฒนาศักยภาพ โดยการฝึกอบรมทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ควรจะเริ่มต้นอบรมด้านทัศนคติต่ออาชีพบริการ ให้ตระหนักถึงความเอาใจใส่ มีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ มีสุขภาพอนามัย มีอัธยาศัย ภิรมยาที่ดี ผ่านการฝึกอบรม และเข้าใจความต้องการของลูกค้า และควรให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด เพื่อที่จะสามารถอธิบายและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ควรสร้างกระบวนการบริการที่เป็นมาตรฐานที่ลูกค้าทุกคนจะได้รับ ให้แก่พนักงานเป็นขั้นตอนตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาถึงคลินิก จนกระทั่งลูกค้าออกจากคลินิกไป ควรทำการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานให้มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นคลินิกที่เน้นเรื่องผิวพรรณที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ภายนอกโดยรวม เนื่องจากการศึกษาพบว่าผู้ที่เข้ามาใช้บริการต้องการมีบุคลิกที่ดีมากที่สุด พนักงานจึงควรพัฒนาบุคลิกภาพตลอดจนการแต่งกายให้เหมาะสมอยู่เสมอ นอกจากนี้จะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว ยังสร้างความน่าเชื่อถือของคลินิกดังนั้นพนักงานจึงมีส่วนในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ควรให้ผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างสมเหตุสมผลสามารถจูงใจให้พนักงานเกิดความรักและความเชื่อมั่นในสถานประกอบการของตนเอง ซึ่งก่อนที่จะให้ลูกค้าเชื่อมั่นในสินค้าและบริการของบริษัทนั้น จะต้องเริ่มจากการที่พนักงานมีความเชื่อมั่นอย่างเต็มที่เสียก่อน และเหตุผลอีกประการที่ควรให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานนั้นคือ พนักงานเป็นทรัพยากรที่ล้ำค่า ซึ่งได้มีลงทุนในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานเป็นจำนวนมาก หากต้อง

สูญเสียพนักงานเหล่านั้นไป บริษัทจะต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากในการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานคนใหม่ขึ้นมาเพื่อทดแทนนั่นเอง

3. ด้านกระบวนการ พบว่ามีความสำคัญระดับมากที่สุดในเรื่องการบริการที่สะอาด และปลอดภัยระดับมากในเรื่อง เวลาในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน มีบริการที่ครบวงจรทั้งการรักษา ผิวฝ้า และบำรุงให้ผิวสวยใสขึ้น มีการรับประกันการรักษาตามระยะเวลาที่ชัดเจนมีการระบุระยะเวลาการรักษาให้หาย หรือมีพัฒนาการดีขึ้น การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริการอย่างต่อเนื่อง มีการระบุระยะเวลาในการให้บริการแต่ละขั้นตอน และมีการนัดเวลาล่วงหน้า นอกจากนี้จะต้องมีการปรับปรุงด้านบุคคลดังกล่าวเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการเข้ารับบริการ และมีความคุณภาพของงานบริการที่ดีแล้ว กระบวนการในการรักษายังสามารถทำให้ผู้ที่เข้ารับบริการทราบถึงประสิทธิภาพในการทำงานด้วย ดังนั้นก่อนการรักษาควรให้แพทย์แจ้งถึงขั้นตอนทั้งหมดในการรักษา และในการเข้ารับบริการแต่ละครั้งควรแจ้งให้ทราบถึงความคืบหน้าในการรักษาอย่างสม่ำเสมอ แพทย์ควรให้ข้อมูลในการดูแลตัวเองหลังใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการเช่น ห้ามโดนแสงแดด หรือระยะเวลาในการทายา หรือพอกหน้า นอกจากนี้ควรให้พนักงานย้ำถึงข้อควรปฏิบัติ เพื่อเตือนความจำแก่ลูกค้า และแสดงถึงความสำคัญของการปฏิบัติดังกล่าวอีกครั้ง เพราะถ้าเกิดการผิดพลาด จะส่งผลกระทบต่อคลินิกด้วย ควรมีการเพิ่มบริการที่เกี่ยวข้อง และหาเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการรักษาเพื่อให้การรักษามีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจ และมีการบอกต่อ นอกจากนี้ควรมีการประเมินความพึงพอใจต่อคลินิก โดยการทำแบบสอบถามที่กะทัดรัด เพื่อสอบถามในเรื่องแพทย์ พนักงาน สถานที่ เวลาในการให้บริการ และความต้องการด้านอื่นๆเพิ่มเติมที่มีอยู่ โดยคำถามควรเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือกตอบเป็นข้อๆ เพื่อความสะดวกในการตอบ เพื่อที่จะได้นำไปปรับปรุงอย่างรวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น จากการค้นพบพบว่าปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือ การรอคิวใช้เวลานาน ควรจะทำการออกแบบขั้นตอนการทำงานให้รวดเร็ว และเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละคน เพราะแต่ละคนอาจไม่ต้องผ่านกระบวนการทั้งหมด อาจจะเป็นการลดปัญหาคิวรอของลูกค้าได้ เช่นขั้นตอนที่มีการรอคิวนาน ได้แก่ ขั้นตอนการจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ และบริการ พนักงานควรทราบขั้นตอนการรักษาของแต่ละคน และคำนวณค่าใช้จ่ายทั้งหมดของผู้ที่สามารถที่จะทราบได้ ก่อนโดยมีใบเสร็จแจ้งค่าผลิตภัณฑ์ และบริการทั้งหมดให้ชัดเจน แล้วให้ลูกค้าจ่ายล่วงหน้าระหว่างการรอใช้บริการนั้น แทนการที่จะคิดเมื่อเข้ารับบริการทั้งหมดทุกขั้นตอนแล้ว ทำให้สามารถลดการรอในขั้นตอนนี้ได้ หลังจากนั้นควรมีการซักซ้อม และจับเวลาแต่ละขั้นตอนในการให้บริการและบันทึกทางสถิติไว้ แล้วหาค่าเฉลี่ยในการรักษา และบริการ และมีการแจ้งระบุเวลาดังกล่าวไว้ให้เห็น เช่นกำหนดเวลาในการรอรับยา ระยะเวลาในการรอพบแพทย์ เพื่อให้เห็นถึงความพยายามในการให้บริการและความมี

ประสิทธิภาพในการทำงานของแพทย์ และพนักงานด้วย นอกจากนั้นควรมีการนัดเวลาล่วงหน้า เพื่อเป็นการลดระยะเวลาในการเข้ารับการรักษา นอกจากนั้นควรมีภาพยนตร์ให้ดูระหว่างนั่งรอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเพลิดเพลิน ไม่น่าเบื่อระหว่างนั่งรอ โดยอาจจะมีการแจ้งโปรแกรมของ ภาพยนตร์ที่จะนำมาให้ชมเป็นรายเดือน ส่วนการโทรเตือนลูกค้าเมื่อถึงกำหนดนัดนั้นอาจจะเป็น ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของกิจการและไม่คุ้มค่า เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญระดับปานกลางเท่านั้น

4. ด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่าให้ความสำคัญระดับมากในเรื่องความทันสมัยของ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ จึงควรรหาเครื่องมือที่ทันสมัย ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษา มากกว่าเดิม และมีการประชาสัมพันธ์ให้มีการรู้จักประโยชน์ และประสิทธิภาพ ของเครื่องมือที่มีอยู่ให้ เป็นที่รู้จักมากขึ้น ในเรื่องสถานที่สวยงาม สะดวกสบาย มีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย มีเก้าอี้ นั่งรอที่เพียงพอ มีนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้อ่าน มีเพลงให้ฟัง และมีเครื่องดื่มให้ระหว่างรอรับ บริการ และปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ สถานที่ในการติดต่อคับแคบ และบรรยากาศไม่ดี ดังนั้น ควร สร้างบรรยากาศที่ดีสะอาดทั้งภายนอก และภายในคลินิก เพราะถ้ามีสถานที่ในการติดต่อที่สวยงาม และสะอาดแล้ว มีที่นั่งรอที่เพียงพอ นั่งอย่างสบาย มีหนังสือนิตยสารให้อ่าน โดยดูแลสภาพ หนังสือให้ใหม่ น่าดูเสมอ มีการเปิดเพลงเบาๆ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายรู้สึกผ่อนคลายสามารถนั่งรอได้ เป็นเวลานาน เพราะนอกจากมีไว้ให้ผู้ที่มาใช้บริการแล้ว ยังมีไว้สำหรับผู้ที่มาส่ง ทำให้ผู้ที่มาส่งเกิด บรรยากาศที่ดีในการนั่งรอ ทำให้ผู้ที่เข้ารับบริการเกิดความสบายใจในการทำกิจกรรมที่อาจใช้ เวลานาน เช่น การยิงเลเซอร์ลบวีรรอย การพอกหน้าด้วยกรดผลไม้มัน เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะทำให้ ลูกค้าต้องการที่จะเข้าใช้บริการ และสอบถามรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังสามารถสร้างความ น่าเชื่อถือให้กับบริษัทได้อีกด้วย ถ้าไม่มีการปรับปรุงอาจจะกระทบถึงความประทับใจและ ความรู้สึกของลูกค้าได้ และควรรหาที่จอดรถใกล้กับคลินิก มีความเพียงพอ สะดวก และปลอดภัย ต้องมีทางเข้า ออก ชัดเจน นอกจากนั้นควรมีเครื่องดื่มให้บริการระหว่างนั่งรอ โดยต้องมีการ ตรวจสอบความสะอาดและความเพียงพอของภาชนะ ควรมีถึงขยะใบเล็กๆวางไว้อย่างมีดชิคใน บริเวณต่างๆ ในถึงขณะควรมีดูร่องภายในและควรมีแม่บ้านคอยดูแลความสะอาดตลอดเวลา ส่วน เรื่องการออกค่าจอดรถให้ลูกค้า และมีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้มีความสำคัญเพียงระดับปานกลาง เท่านั้น อาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุน ในการติดตั้งอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ นั้น ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง และมี ค่าใช้จ่ายรายเดือนด้วย อาจมีผลกระทบกับกำไรที่ควรได้รับ ต้องมีการพิจารณาให้ดีด้วย

5. ด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านคุณภาพพบว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด คือ เวชภัณฑ์มีส่วนผสมที่ดีมีคุณภาพ และคุณภาพตรงกันกับที่ระบุไว้บนฉลากหรือที่โฆษณาไว้ มี วัตถุประสงค์ตรงตามที่ต้องการ ใช้แล้วทำให้มีผิวหน้าที่สวยใส ไร้สิวฝ้า ระดับมาก คือ การ พัฒนาเวชภัณฑ์ให้ดีขึ้น ควรจะใช้ส่วนผสมที่ดีมีคุณภาพ และมีขนาดทดลองใช้ เวชภัณฑ์ควรมี

ฉลาดที่ระบุส่วนผสม วัตถุประสงค์ในการใช้ และมีเอกสารชี้แจงรายละเอียดของส่วนผสมที่ใช้เพื่อสร้างความมั่นใจ ควรมีทีมงานในการวิจัยและพัฒนาเวชภัณฑ์ให้ดีขึ้น สร้างเวชภัณฑ์ใหม่ๆที่มีประสิทธิภาพต่อผิวหนังเฉพาะส่วนให้ดีขึ้น เพื่อที่จะแยกเวชภัณฑ์ที่ใช้กับแต่ละส่วนให้ชัดเจนได้ ส่วนปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ เกรงว่าผลิตภัณฑ์จะไม่สามารถรักษาได้ตามความต้องการ และไม่แน่ใจมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ใช้รักษา ควรสร้างตราสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือ โดยการยึดมั่นในคำสัญญาและสิ่งที่โฆษณาให้ลูกค้าได้ทราบ ใช้เวชภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ใช้ส่วนผสมตรงตามที่ระบุเอาไว้ เนื่องจากในระยะยาวการจะทำให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าของบริษัทมากยิ่งขึ้น เป็นสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้

ด้านความปลอดภัย ในเรื่องเวชภัณฑ์ที่ใช้แล้วไม่มีอาการแพ้ยา อักเสบ หรือมีจุดด่างดำเกิดขึ้น และความมั่นใจในคุณภาพของเวชภัณฑ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ขององค์กร อาหารและยา (อย.) ระบุไว้ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนที่มีความสำคัญในระดับมาก คือ การบอกข้อควรปฏิบัติในการรักษา เวชภัณฑ์ระบุข้อควรระวังในการใช้ มีฉลากที่ระบุแหล่งผลิตและส่วนผสมชัดเจน และมีการบอกข้อควรปฏิบัติในการเก็บรักษา ควรให้ความสำคัญเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เช่น ตราสัญลักษณ์ขององค์กรอาหารและยา ฉลากควรระบุส่วนผสม แหล่งผู้ผลิต วิธีการเก็บรักษาให้ละเอียด เพราะนอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นในการใช้แก่ผู้บริโภคแล้วยังลดปัญหาสารพิษ และสารต้องห้ามที่นำมาใช้ทำเครื่องสำอางจากการปฏิบัติตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ และเวชภัณฑ์ที่ใช้ควรลดความเสี่ยงในการแพ้ยา โดยเลือกใช้สารที่มีประวัติไม่ทำให้เกิดอาการแพ้และทำประวัติทะเบียนคนไข้ให้ละเอียด โดยเฉพาะประวัติอาการแพ้ยา และควรให้พนักงานเน้นถึงวิธีการเก็บ และข้อควรปฏิบัติเมื่อใช้เวชภัณฑ์ที่สำคัญอีกครั้ง ทำให้เห็นถึงความเอาใจใส่ต่อลูกค้าอีกด้วย

ด้านอื่นๆ ที่พบว่ามีความสำคัญมากที่สุดในเรื่องคลินิกมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคลินิก คลินิก เช่น สามารถรักษาได้ผลแตกต่างกับไปรักษากับคลินิกโรคทั่วไประดับมาก เรื่อง ความเรียบร้อย สวยงาม และทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์เครื่องมือที่ทันสมัย หรือหาเวชภัณฑ์ที่ใช้รักษาเรื่องผิวหนัง โดยเฉพาะเพื่อนำความแตกต่างกันการรักษาของคลินิกโรคทั่วไป และผลงานเด่นในแต่ละด้าน ที่มีความแตกต่างกับคลินิกอื่น และใช้การบอกต่อถึงความประทับใจในการเข้ารับบริการของผู้ที่เคยเข้ารับบริการแล้ว นอกจากนั้นควรบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ใช้สร้างความแตกต่างกับคลินิกอื่นๆ ได้ด้วย ทั้งสี สัน รูปร่างที่ง่ายต่อการใช้งาน และความสวยงามสามารถสร้างความดึงดูดใจให้ผู้เข้ามาใช้ได้

6. ด้านราคา จากการค้นพบว่าเรื่องที่ทำให้ความสำคัญระดับมาก คือราคายุติธรรมเมื่อเทียบกับค่าเวชภัณฑ์และบริการของคลินิกอื่น ค่าเวชภัณฑ์ที่เหมาะสมกับราคา ค่ารักษาและบริการที่

เหมาะสมกับการให้บริการ และมีการแจ้งราคาของเวชภัณฑ์และบริการก่อนการรักษา ปัญหาที่พบมากคือ อัตราค่าบริการแพงกว่าคลินิกอื่นๆ รองลงมาคือราคาสูงกว่าบริการที่ได้รับและ อัตราค่าบริการแพงกว่าที่แจ้งไว้จะต้องเสีย ผู้ประกอบการควรทำการสำรวจคู่แข่งชั้น ในขณะนั้นว่ามีการกำหนดส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาอย่างไร เพื่อนำมากำหนดราคาของตนเอง ควรมีการแจ้งราคาของเวชภัณฑ์และบริการก่อนการรักษาให้ชัดเจน และควรมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ โดยการใช้กล่องแสดงความคิดเห็น หรือแบบสอบถามความพึงพอใจ ให้ทราบถึงเรื่องที่คลินิกควรปรับปรุง โดยให้แบบสอบถามสั้นๆ และไม่รบกวนเวลาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

7. ด้านการจัดจำหน่าย จากข้อค้นพบว่าเรื่องที่ให้ระดับมาก คือ สิ่งแวดล้อมที่อยู่บริเวณร้าน สะอาดเรียบร้อยและเป็นระเบียบ ความรวดเร็วในการติดต่อกับคลินิก ความสะดวกของทำเลที่ตั้งของคลินิก ที่มีจอดรถสะดวกและสามารถติดต่อกับคลินิกได้สะดวกและหลายทาง เช่น โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต คลินิกเดิมควรปรับปรุงและตกแต่งบริเวณร้านให้สวยงาม และสะอาด คลินิกที่กำลังจะเปิดใหม่ควรหลีกเลี่ยงทำเลอยู่ใกล้แหล่งเสื่อมโทรม ควรสำรวจบริเวณโดยรอบว่ามีแหล่งในการสร้างมลภาวะทางกลิ่น หรือทางเสียงหรือไม่ และควรหลีกเลี่ยงที่จะเลือกทำเลที่มีมลภาวะดังกล่าว เนื่องจากเป็นการยากที่ผู้ประกอบการจะแก้ไขปัญหาต่างๆ ในภายหลัง ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของคลินิกด้วย คลินิกควรมีที่จอดรถสะดวกสบาย ใกล้กับคลินิก ควรมีสถานที่ติดต่อให้ข้อมูล และการที่สามารถโทรศัพท์สอบถามข้อมูลได้ตลอด ดังนั้นจึงควรจัดให้มีแผนกตอบรับทางโทรศัพท์ โดยกำหนดเป็นหมายเลขโทรศัพท์ 4 หลัก เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถจดจำได้ง่ายยิ่งขึ้น และควรให้ลูกค้าสามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ได้ เพื่อสอบถามข้อมูลตลอดจนใช้ติดต่อนัดหมาย และจากการศึกษาพบว่าปัญหาที่พบมากเรื่อง สถานที่ในการติดต่อมีน้อยเกินไป จึงควรเพิ่มสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆมากขึ้น หรือ เปิดช่วงเวลาให้บริการมากขึ้น เพราะในการศึกษานั้นนอกจากที่ผู้เข้ารับบริการจะเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องแพทย์ที่ใช้รักษาจนสามารถไปรักษาคลินิกที่ใดก็ได้แล้ว รองลงไปผู้เข้ารับบริการจะรับบริการจากคลินิกที่อยู่ใกล้ที่พัก ดังนั้นการขยายสาขาดังกล่าวจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ๆเพิ่มขึ้น

8. ด้านส่งเสริมการตลาด จากการค้นพบการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากในเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับผิวพรรณ แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ การแนะนำต่อของผู้ที่เคยเข้ามาใช้บริการ การให้ส่วนลดในวันพิเศษและช่วงเวลาที่กำหนด การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ และการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ จากการศึกษพบว่าเรื่องการแนะนำต่อของผู้ที่เคยเข้ามาใช้บริการมีความสำคัญระดับมาก จึงควรมีการสื่อสารผ่านผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว เนื่องจากจากผลการศึกษาพบว่าผู้ที่เป็นผู้แนะนำในการเข้าใช้บริการรักษาสิว ฝ้า ส่วนใหญ่คือเพื่อน ดังนั้นควรมีการลดราคาหรือสามารถเข้าโปรแกรมในการบำรุงผิวหน้า เช่น การพอกหน้าด้วยกรดผลไม้ ในราคาพิเศษ

สำหรับผู้ที่แนะนำผู้เข้ารับบริการคนต่อไป ควรมีการจัดกิจกรรมทดสอบสภาพผิวหน้า แนะนำการดูแลผิวพรรณ และใช้ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสภาพผิวหน้า ควรมี website ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิก ผลิตภัณฑ์ และบริการต่างๆ หากผู้ประกอบการต้องการกระตุ้นยอดขายอย่างรวดเร็ว ก็สามารถทำได้โดยการจัดให้มีส่วนลดราคาในวาระพิเศษ เช่น ช่วงวันปีใหม่ วันรับปริญญา และวันวาเลนไทน์ เป็นต้น ให้ของแถมเช่น ครีมถนอมผิวขนาดทดลองในโอกาสปีใหม่ เนื่องจากเป็นช่วงฤดูหนาวซึ่งผิวต้องการการดูแลเป็นพิเศษแต่การให้ส่วนลดราคาหรือการให้ของแถมนั้นจะส่งผลกระทบต่อกำไรของกิจการโดยตรง ดังนั้นจึงควรให้ส่วนลดราคาอย่างระมัดระวัง และจากปัญหาที่พบส่วนใหญ่ เป็นปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการเกินความจริง ดังนั้นด้านการโฆษณาสินค้าและบริการจะต้องให้ข้อมูลที่เป็ความจริง ตลอดจนรักษาสัญญาที่ให้ไว้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการเกินความจริงนั่นเอง ซึ่งจะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในแก่ตราสินค้าของคลินิกในระยะยาว

9. กระบวนการตัดสินใจ เนื่องจากพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่หาข้อมูลก่อนเข้ารับบริการจากผู้ที่เคยเข้ารับบริการมาก่อน ซึ่งอาจจะเป็นเพื่อนที่จากการศึกษาเป็นผู้ที่แนะนำให้มาใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นควรใช้ word-of-mouth เป็นช่องทางเพื่อหาลูกค้ารายใหม่ๆ จึงควรทำกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้มีการแนะนำต่อ เช่น มีการจัดโครงการให้ความรู้ด้านผิวพรรณ โดยการชวนเพื่อนเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ผู้ที่ชวนมาจะได้รับส่วนลดในผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ หรือได้แต้มสะสมเพื่อแลกของรางวัลซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของคลินิก เป็นต้น แต่ไม่ต้องลงทุนในด้านแผ่นพับ หรือ โบชัวร์มากนัก เนื่องจากมีผลต่อการเลือกรับบริการน้อยมาก

10. การตัดสินใจซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่จะเลือกใช้บริการรักษาสิว ฝ้า จากร้านเสริมสวยที่มีบริการรักษาสิว ฝ้า และคลินิกที่รักษาโรคทั่วไปที่มีบริการรักษาสิว ฝ้าจะเห็นได้ว่าผู้ที่เข้ารับบริการให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัย และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเป็นอย่างมาก ดังนั้นคลินิกที่รักษาสิว ฝ้า ควรมีแพทย์ที่มีความชำนาญด้านผิวหนังในการรักษาสิว ฝ้า โดยเฉพาะอยู่ประจำคลินิกตลอดเวลาเพื่อสร้างความมั่นใจในการรักษา

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษานี้มีข้อจำกัดด้านเวลา จึงทำให้ผลการวิเคราะห์สรุปผลในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น และทำการศึกษานเฉพาะกลุ่มนักศึกษาปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีทางบริหารธุรกิจเป็นกรอบของการศึกษา หากทำการศึกษาเปรียบเทียบกับผู้ที่มีช่วงอายุต่างๆ จะทำให้สามารถหากกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในการใช้บริการที่แตกต่างกันได้