

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
และคุณภาพการให้บริการกับการเลือกใช้บริการคลินิกแพทย์แผนไทย :
กรณีศึกษา ชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย
The Relationship of Marketing Mix and Service Quality With
Consumer Choice of Thai Traditional Clinic :
A Case Study of Chanaporn Thai Traditional Clinic

ชนะพร เร่งสูงเนิน¹,
กิติมา สุรสอนธิ² และ ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล³
มหาวิทยาลัยศรีปทุม^{1,2,3}

Chanaporn Rengsungnoen¹,
Kitima Surasondhi² and Tirath Pluempitichaikul³
Sripatum University^{1,2,3}

Corresponding Author, Email: chanaporn202525@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย และ 3) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้รับบริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทยที่เคยมาใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวนทั้งสิ้น 440 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์

* ได้รับบทความ: 29 พฤษภาคม 2566; แก้ไขบทความ: 29 พฤศจิกายน 2566; ตอรับตีพิมพ์: 14 ธันวาคม 2566

ผลการวิจัยพบว่า

1) ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย พบว่า โดยรวมและทุกด้านมีความแตกต่างกัน และความสัมพันธ์ด้านคุณภาพบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย

3) คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย พบว่า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทยในระดับสูง ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด; การให้บริการ; แพทย์แผนไทย

Abstract

The purpose of this research is to 1) study the demographic factors that influence the decision to use services provided by Chanaporn Thai traditional medicine clinics, 2) investigate the marketing factors that are associated with the choice to use services provided by Chanaporn Thai traditional medicine clinics, and 3) Examine the quality of services and its relationship with the decision to use services provided by Chanaporn Thai traditional medicine clinics. This is a quantitative research and the population consists of individuals who have used services provided by Chanaporn Thai traditional medicine clinics at least once, with a total of 440 participants. The data collection method used in this research is a questionnaire. The statistical analysis techniques employed include frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, independent t-test, one-way ANOVA, and Pearson's correlation coefficient to test the relationships.

The research found that.

1) To study the differences in demographic factors that affect decision-making for Chanaporn Thai Medical Clinic, it was found that most of the service recipients were women aged 36-45, with a bachelor's degree in company/employee occupation with an average monthly income of 5,000-15,000 baht.

2) The study of service market factors related to the selection of Chanaporn Thai Medical Clinic found that overall and all aspects are different, and that the quality of service in all aspects is related to the decision of Chanaporn Thai Medical Clinic.

3) To study the quality of service that is related to the selection of Chanaporn Phon service at Thai Traditional Medical Clinic, it was found that all aspects have a high relationship with Chanaporn Phon service at Thai Traditional Medical Clinic, namely reliability.

Keywords: Marketing Mix; Service Quality; Thai Traditional Medicine

บทนำ

การแพทย์แผนไทยเป็นภูมิปัญญาด้านการดูแลสุขภาพที่มีการใช้สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน จนกระทั่งเกิดการเข้ามามีบทบาทของการแพทย์แผนปัจจุบัน ส่งผลให้ความเชื่อถือและการเลือกใช้บริการแพทย์แผนไทยเพื่อการรักษาและดูแลสุขภาพพลดน้อยลง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2545 ภาครัฐได้มีการสนับสนุนผลักดันให้ภูมิปัญญาด้านการแพทย์แผนไทยเข้าสู่นโยบายสุขภาพระดับชาติมากขึ้นเป็นลำดับ (กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2566) รวมทั้งมีการจัดตั้งกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก นอกจากนี้ยังมีการจัดทำนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อสนับสนุนให้มีการใช้การแพทย์แผนไทยเพิ่มขึ้นโดยควบคู่ไปกับการแพทย์แผนปัจจุบัน จึงทำให้การใช้สมุนไพรไทยและการใช้บริการการแพทย์แผนไทยของประชาชนกลับมาเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นและมีแนวโน้มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Porraphat Jutrakul, 2561)

จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก สถาบันการแพทย์แผนไทย (2547) ระบุว่า คลินิกประเภทการแพทย์แผนไทยทั่วประเทศ มีอยู่ 913 แห่ง จำนวนคลินิกการแพทย์แผนไทยที่มากขึ้นจะเป็นผลดีต่อตัวผู้ป่วยที่เข้ามารับการรักษา เนื่องจากมีการแข่งขันด้านการบริการของคลินิกการแพทย์แผนไทย เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้ป่วยที่เข้ามารับการรักษา ในสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ขาดสภาพคล่อง ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย

ที่เสียไป ปัจจัยหนึ่งที่ได้รับบริการมักจะคำนึงถึงก็คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Kotlor, P., Keller, K. L., Armstrong, G., & Keller, K., 2016) จึงจำเป็นจะต้องมีการศึกษาว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกแพทย์แผนไทยของผู้บริโภคมีอะไรบ้าง รวมถึงคุณภาพการให้บริการ (Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L., 1990) ที่ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างและความพึงพอใจในการบริการ และสามารถวัดความสำเร็จของธุรกิจได้สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบและต้องมีการศึกษาก่อนมีการวางแผนการบริหารงานคลินิกเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือไว้วางใจแก่ผู้รับบริการ

การให้บริการด้านการแพทย์แผนไทยประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การนวดรักษา 2) การประคบสมุนไพร 3) การอบไอน้ำสมุนไพร 4) การรักษาด้วยยาสมุนไพร โดยมีแพทย์แผนไทยหรือแพทย์แผนไทยประยุกต์เป็นผู้ให้การตรวจ วินิจฉัย และรักษา การดูแลรักษาสุขภาพด้วยการแพทย์แผนไทยทำให้คนเห็นคุณค่าและกลับมาดำเนินชีวิตใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ทำให้เกิดความภูมิใจในวัฒนธรรม และคุณค่าของความเป็นไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์มรดกไทยในการสนับสนุนให้ประชาชนดูแลสุขภาพตนเองในการใช้ยาสมุนไพรตามแบบแผนโบราณ (กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2566)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การสื่อสารทางการตลาด (Promotion Marketing Communication) 5) บุคลากร (People) 6) กระบวนการบริการ (Process) 7) สิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Environment) วชิร มั่นสนธิและคณะ (2564 : 106-119) โดยกรณีศึกษา คือ ชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่จะเพิ่มจำนวนผู้เข้ารับบริการการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย ตลอดจนทำให้ผู้เข้ารับบริการ เกิดความพึงพอใจและความมั่นใจกับการแพทย์แผนไทยเพื่อนำไปสู่แนวทางการวางแผนบริหารคลินิกแพทย์แผนไทย เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทยและสามารถนำมาเป็นต้นแบบสำหรับการบริหารคลินิกแพทย์แผนไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบปริมาณ (Quantitative Research Methodology) กำหนดให้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ประชากร คือ ผู้รับบริการขณะพบคลินิกแพทย์แผนไทยที่เคยมาใช้บริการอย่างน้อย 1 ครั้ง ด้วยเหตุผลว่าเป็นผู้ที่ผ่านประสบการณ์ในการรับบริการขณะพบคลินิกแพทย์แผนไทยมาแล้ว นอกจากนี้ขณะพบคลินิกแพทย์แผนไทยยังมีการให้บริการทั้งในคลินิกและการออกหน่วยให้บริการนอกพื้นที่ จึงทำให้ผู้รับบริการนั้นจัดเป็นประชากรไม่ทราบขนาด ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตามความสะดวก (Convenient Sampling) โดยใช้สูตรการสุ่มของ Taro Yamane (1973) ได้จำนวน 400 คน และกำหนดตัวอย่างสำรองร้อยละ 10 คิดเป็นจำนวน 40 คน รวมทั้งสิ้น 440 คน

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการกับการเลือกใช้บริการคลินิกแพทย์แผนไทย กรณีศึกษา ขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย” ผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยตามกรอบแนวความคิด พบว่าบรรลุและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อยืนยันความสอดคล้องดังกล่าวและเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจได้กระจ่างขึ้นสามารถสรุปผลได้ ดังต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรจากการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 มีอายุอยู่ในช่วง มีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.60 มีสถานภาพสมรส จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 มีอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ/ปวดตามข้อ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 อาการเจ็บป่วยปานกลาง จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 83.20 มีจำนวนครั้งในการรับบริการ 1-2 ครั้ง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 มีเพื่อนและคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทยที่แตกต่างกัน มีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ผู้รับบริการที่อยู่จังหวัดแตกต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิก การแพทย์แผนไทย แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ การเลือกใช้บริการ ขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย พบว่า ระดับการเลือกใช้บริการโดยรวม ด้านการรับรู้ปัญหาและด้านการค้นหา ข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ผู้รับบริการที่ 1) จังหวัด 2) เพศ 3) อายุ 4) ระดับการศึกษา 5) สถานภาพ 6) อาชีพ 7) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8) อาการเจ็บป่วย 9) ระดับความเจ็บป่วย 10) จำนวนครั้งที่รับบริการ และ 11) ผู้แนะนำมาใช้บริการ ที่ แตกต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์ แผนไทย พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการ ขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย มีความสัมพันธ์ใน ระดับปานกลาง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านช่องทางการบริการ ด้านด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา และด้านขั้นตอนการให้บริการ และทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิก การแพทย์แผนไทย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านคุณภาพบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย มีความสัมพันธ์ในระดับสูง 1 ด้าน ได้แก่ ด้านความ น่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง 4 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความสามารถ ในการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านความเข้าใจของผู้ให้บริการ และทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทิศทาง เดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย

3.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็น ต่อด้านด้านบุคลากรในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.93) รองลงมา มีความ คิดเห็นต่อด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.90) มีความคิดเห็น

ต่อต้านผลิตภัณฑ์การบริการและด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.89) มีความคิดเห็นต่อต้านราคา ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.87) มีความคิดเห็นต่อต้านขั้นตอนการให้บริการ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.85) ส่วนด้านที่มีคะแนนต่ำสุด คือด้านช่องทางการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.68) ตามลำดับ

3.1 คุณภาพการบริการ พบว่า ด้านระดับคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อต้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 5.00) รองลงมา มีความคิดเห็นต่อต้านความเป็นรูปธรรมของบริการและด้านความเข้าใจของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.93) ด้านความมั่นใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.91) และส่วนด้านที่มีคะแนนต่ำสุดคือด้านความสามารถในการตอบสนอง อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.83) ตามลำดับ

3.2 การเลือกใช้บริการขณะพบแพทย์แผนไทย พบว่า ด้านการเลือกใช้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อต้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.93) รองลงมา ด้านการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.87) ด้านการรับรู้ปัญหา อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.29) ด้านการประเมินผลทางเลือก อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.10) และส่วนด้านที่มีคะแนนต่ำสุดคือด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.09) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการกับการเลือกใช้บริการคลินิกแพทย์แผนไทย กรณีศึกษา ชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย” ผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยตามกรอบแนวคิด พบว่าบรรลุและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อยืนยันความสอดคล้องดังกล่าวและเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจได้กระจ่างขึ้นสามารถอภิปรายผลได้ ดังต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรจากการศึกษา พบว่า ผู้รับบริการชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 มีอายุอยู่ในช่วง มีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.60 มีสถานภาพสมรส จำนวน 208 คน

คิดเป็นร้อยละ 47.30 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 มีอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ/ปวดตามข้อ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 อาการเจ็บป่วยปานกลาง จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 83.20 มีจำนวนครั้งในการรับบริการ 1-2 ครั้ง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 มีเพื่อนและคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทยที่แตกต่างกัน มีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ผู้รับบริการที่อยู่จังหวัดแตกต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย พบว่า ระดับการเลือกใช้บริการโดยรวม ด้านการรับรู้ปัญหาและด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ผู้รับบริการที่ 1) จังหวัด 2) เพศ 3) อายุ 4) ระดับการศึกษา 5) สถานภาพ 6) อาชีพ 7) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8) อาการเจ็บป่วย 9) ระดับความเจ็บป่วย 10) จำนวนครั้งที่รับบริการ และ 11) ผู้แนะนำมาใช้บริการแตกต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ด้านช่องทางการบริการ ด้านด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา และด้านขั้นตอนการให้บริการ และทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านคุณภาพบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ

ในการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย มีความสัมพันธ์ในระดับสูง 1 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง 4 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านความเข้าใจของผู้ให้บริการ และทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผ่องพิมล พิจารณ์สรณ์ (2556 : 169) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ โดยผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ อาชีพและการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุ 36-45 ปี ในระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสซึ่งอาชีพที่มาพบแพทย์มากที่สุด คือ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง เนื่องจากพนักงานปัจจุบันทำงานเป็นเวลานาน มากกว่า 8 ชั่วโมง ทำให้เกิดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ/ปวดตามข้อ ซึ่งกลุ่มคนที่กล่าวมาข้างต้นมีความใส่ใจต่อร่างกายตัวเองเป็นอย่างมาก ได้เข้ามารับบริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งรายได้มีผลต่อความต้องการในการเข้ามารับบริการโดยทั้งสิ้น

3. คุณภาพการให้บริการที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการขณะพบคลินิกการแพทย์แผนไทย

3.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อด้านด้านบุคลากรในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.93) รองลงมา มีความคิดเห็นต่อด้านองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.90) มีความคิดเห็นต่อด้านผลิตภัณฑ์การบริการและด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.89) มีความคิดเห็นต่อด้านราคา ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.87) มีความคิดเห็นต่อด้านขั้นตอนการให้บริการ ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.85) ส่วนด้านที่มีคะแนนต่ำสุดคือด้านช่องทางการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.68) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณย์ พงศ์ภานุมาพร (2564 : 903-910) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์เพื่อรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวโอสถศิลป์จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 20 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 ปี-74 ปี ระดับการศึกษาประถมศึกษา-ปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,000- 50,000 บาท สถานภาพการสมรส พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกันทั้งด้าน เพศ อายุ รายได้การศึกษา และสถานภาพการสมรส ไม่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่สหคลินิก ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่สหคลินิก พบว่า 1) การตัดสินใจเข้ารับบริการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับความสำเร็จในเรื่อง

การรักษาซึ่งประกอบด้วยกระบวนการนวดรักษา การฝังเข็ม การใช้ยาสมุนไพร และคำแนะนำด้านท่ากายบริหารที่มีประสิทธิผลในการรักษาด้วยราคาที่เหมาะสม ถูกคำพอใจสำหรับสถานที่ที่ หาง่าย การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ นอกจากนี้แนะนำควรมีแผ่นพับนำเสนอสินค้าและบริการทั้งหมดของคลินิก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและการบริการของคลินิก 2) ด้านกระบวนการ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะอาด ถูกสุขอนามัย เป็นสิ่งสำคัญสำหรับลูกค้ากลับมาใช้บริการที่คลินิก 3) การจัดการทางกายภาพเรื่องการแบ่งโซนห้องบริการนวดรักษา รวมถึงการจัดโซนการจำหน่าย แจกสินค้าตัวอย่าง แผ่นพับ หรือให้บริการอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนธุรกิจทางการแพทย์สำหรับเปิดคลินิก

3.1 คุณภาพการบริการ พบว่า ด้านระดับคุณภาพการบริการโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 5.00) รองลงมา มีความคิดเห็นต่อด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและด้านความเข้าใจของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.93) ด้านความมั่นใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.91) และส่วนด้านที่มีคะแนนต่ำสุดคือด้านความสามารถในการตอบสนอง อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.83) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย อูระอิต (2562 : 107-119) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการแพทย์โรงพยาบาลเอกชนของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยเห็นว่าโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครสวรรค์สามารถนำผลที่ได้ จากการศึกษา ด้านข้อมูลทั่วไป พบว่าประชากรในจังหวัดนครสวรรค์และบริเวณใกล้เคียง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สิทธิในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลเอกชนโดยมีประกันสุขภาพ ประกันชีวิต ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน คือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง และมาใช้ บริการเป็นครั้งแรกหรือ 1 ครั้ง/ปี ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดนครสวรรค์สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปทำการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ ด้านบุคลากรสำหรับการบริการเพื่อเพิ่มมาตรฐานการบริการที่ดีและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ

3.2 การเลือกใช้บริการขณะพบคลินิการแพทย์แผนไทย พบว่า ด้านการเลือกใช้บริการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.93) รองลงมา ด้านการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.87) ด้านการรับรู้ปัญหา

อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.29) ด้านการประเมินผลทางเลือก อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.10) และส่วนด้านที่มีคะแนนต่ำสุดคือด้านการค้นหาข้อมูล อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.09) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ พะลีราช (2562 : 96-110) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลตึก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท การศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท และพบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลตึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการศึกษาไปใช้

1.1 คลินิกควรมีการประเมินการรับบริการอยู่เสมอ เพื่อจะได้ทราบว่าผู้รับบริการได้รับบริการตรงตามความต้องการอย่างเหมาะสมหรือไม่

1.2 คลินิกควรมีการอบรมและประชุมภายในหน่วยงานอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคล และสามารถให้ข้อมูล คำแนะนำต่อผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาเฉพาะชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทย ดังนั้นควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของคลินิกและโรงพยาบาลที่ให้บริการด้านการแพทย์แผนไทยอื่นๆ ในประเทศไทย โดยอาจจะบุเป็นเขตหรือจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง เพื่อจะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

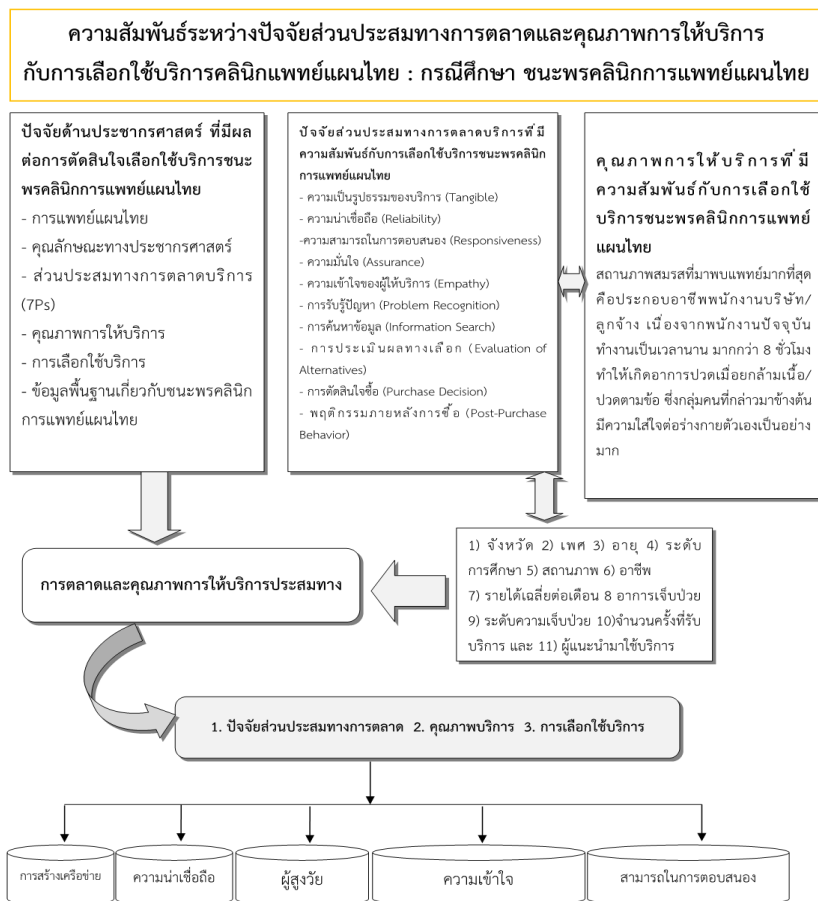
2.2 การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปอาจศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เชื่อมโยงไปยังความจงรักภักดีซึ่งความจงรักภักดีเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการให้บริการด้านการรักษาพยาบาลว่าจะเป็นที่ยอมรับและแข่งขันได้หรือไม่ในระยะยาว

2.3 การศึกษาวิจัยความพึงพอใจและทัศนคติของบุคลากรในองค์กรต่อการบริหารจัดการในชนะพรคลินิกการแพทย์แผนไทยว่าเป็นอย่างไร เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาก้าวหน้าและมีความยั่งยืน

2.4 ควรมีการศึกษาถึงสาเหตุแห่งปัญหาที่ทำให้การแพทย์แผนไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับของประชาชนโดยทั่วไปในวงกว้างเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนางานทางด้านแพทย์แผนไทยต่อไป

2.5 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลการรักษาโดยแพทย์แผนไทย แพทย์แผนจีน และ แพทย์แผนปัจจุบันในโรคที่สามารถรักษาได้ทั้ง 3 วิธี เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกวิธีการรักษาที่ได้ผล คุ่มค่า ประหยัด และเกิดประโยชน์กับผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2566). ประวัติกรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.dtam.moph.go.th/index.php/th/2012-05-10-07-31-12/history.html>
- ผ่องพิมล พิจารณ์สรรค์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ (ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- วิชัย อรุณี. (2562). คุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(1), 107-119.
- ศรัณย์ พงศ์ภาณุมาพร. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์เพื่อรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีนชีวาโอสโกลป์ จังหวัดนนทบุรี. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14. 903-910.
- สุวรรณา พะลีราช. (2562). คุณภาพการบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลตึก. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(2), 96-110.
- วัชร มนัสสินีและคณะ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเข้ารับบริการด้านการแพทย์แผนไทย. *วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 13(25), 106-119.
- Kotlor, P., Keller, K. L., Armstrong, G., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15. England: Pearson Education Limited.
- Porraphat Jutrakul. (2561). เกิดน้อยแต่อยู่นาน จุดแรกเริ่ม “สังคมสูงวัย”. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/45855-เกิดน้อย%20แต่อยู่นาน%20จุดเริ่มต้น%20”สังคมสูงวัย”.html>.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.