

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ 7 Ps ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ระเบียบและวิธีการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการใช้แบบสอบถามจากการสัมภาษณ์จากผู้ป่วยหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจตามกรอบแนวความคิดแล้วนำผลของการสัมภาษณ์มาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ป่วยหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ จำนวนทั้งสิ้น 200 คน ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) ในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลปานกลาง (50 – 70 คะแนน) ร้อยละ 71.0 มีสถานะเป็นผู้ดูแล/ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ร้อยละ 65.5 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.0 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 24.0 มีสถานภาพสมรส

ร้อยละ 64.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ร้อยละ 40.5 มีอาชีพรับจ้างอิสระ ร้อยละ 27.0 มี รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 52.0 และมีสถานที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 94.0

1.2 พฤติกรรมในการใช้บริการของสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังใน จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ป่วยหรือผู้มีอำนาจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วย โรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรัง ใช้สิทธิในการรักษาโดยบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า ร้อยละ 35.0 ได้รับ ข้อมูลของสถานบริการจากญาติ พี่ น้อง/เพื่อน ร้อยละ 57.0 ไม่เคยเข้ารับบริการ ณ สถานบริการอื่น ร้อยละ 71.5 ต้องการการดูแลผู้ป่วยจากสถานบริการในรูปแบบ ไปเข้า-เย็นกลับเฉพาะบางเวลา ร้อยละ 48.5 คาดว่าจะนำผู้ป่วยมาเข้ารับบริการภายในระยะเวลาน้อยกว่า 1 เดือน ร้อยละ 65.0 และนำผู้ป่วย เข้ารับบริการในสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเนื่องจากมีแพทย์เฉพาะทาง ร้อยละ 56.5

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสามารถของผู้ป่วยกับความต้องการในการดูแล และระยะเวลาในการเข้าใช้บริการของผู้ป่วย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับความสามารถกับประเภทของการดูแล ผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลมาก (25 – 45 คะแนน) และผู้ป่วยที่มีระดับ ความรุนแรงที่พึ่งพาผู้ดูแลปานกลาง (50 – 70 คะแนน) ต้องการการดูแลแบบ ไปเข้า-เย็นกลับเฉพาะ บางเวลามากที่สุด ร้อยละ 56.5 และร้อยละ 50.7 ตามลำดับ ขณะที่ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่พึ่งพา ผู้ดูแลน้อย (75 – 95 คะแนน) และผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ผู้ป่วยสามารถดูแลตัวเองได้ทั้งหมด (100 คะแนน) ต้องการการดูแลแบบ ไปเข้า-เย็นกลับทุกวันมากที่สุด ร้อยละ 64.7 และร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับความสามารถกับช่วงระยะเวลาในการเข้าใช้ บริการของผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยทุกระดับความรุนแรง มีช่วงระยะเวลาในการเข้าใช้บริการของผู้ป่วย น้อยกว่า 1 เดือนมากที่สุดเหมือนกัน โดยผู้ป่วยที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลมาก (25 – 45 คะแนน) ร้อยละ 39.1 ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่พึ่งพาผู้ดูแลปานกลาง (50 – 70 คะแนน) ร้อยละ 61.3 ผู้ป่วยที่มีระดับ ความรุนแรงที่พึ่งพาผู้ดูแลน้อย (75 – 95 คะแนน) ร้อยละ 97.1 และผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ ผู้ป่วยสามารถดูแลตัวเองได้ทั้งหมด (100 คะแนน) ร้อยละ 100.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ

แบบสอบถามที่ใช้เป็นการวัดระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัด

เชียงใหม่ ใช้คำถามในการวัดสเกลทัศนคติ (Likert Scale) โดยแบบสอบถามส่วนนี้แบ่งออกเป็น ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process)

ตอนที่ 2.1 ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งผู้มีอำนาจในการเลือกสถานบริการให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา มีรายละเอียด ดังนี้

2.1.1 ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.09 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียง 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีบริการด้านการฟื้นฟูการทำกายภาพบำบัด ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.18 และมีมาตรฐานการพยาบาลตามแนวปฏิบัติ ค่าเฉลี่ย 4.16

2.1.2 ด้านราคา (Price)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.64 โดยมีปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับได้แก่ สามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของบริษัทได้ ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ การให้ส่วนลดเมื่อมีการทำสัญญาดูแลระยะยาว (3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปีขึ้นไป) ค่าเฉลี่ย 3.51 มีการแจ้งอัตราค่าบริการให้ทราบอย่างชัดเจนล่วงหน้า ค่าเฉลี่ย 3.43 และมีการคิดค่าบริการแบบเลือกได้ในอัตราต่างๆ กัน (แบบ Package) ค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

2.1.3 ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย

4.00 โดยมีปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมาคือ สถานบริการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.04 สามารถติดต่อสอบถามให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ หรือทางอินเทอร์เน็ตได้ ค่าเฉลี่ย 3.97 และมีรถโดยสารประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านเส้นทางของ สถานบริการ ค่าเฉลี่ย 3.94

2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการ เลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ แพทย์/พยาบาลแนะนำมา ค่าเฉลี่ย 3.97 การบอกกล่าวจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อนค่าเฉลี่ย 3.90 และมีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการแจก ค่าเฉลี่ย 3.89 ตามลำดับ

2.1.5 ด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ (People)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ ที่มีผลต่อผู้ ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ อธิยาศัยไมตรีของแพทย์ พยาบาล และนักรักษาพยาบาล ค่าเฉลี่ย 4.31 ทักษะความรู้ ความชำนาญของแพทย์ พยาบาลและนักร ักษาพยาบาล ค่าเฉลี่ย 4.20 และมีจำนวนพนักงานเพียงพอแก่การให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.19 ตามลำดับ

2.1.6 ด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการ เลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.94 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักรอของญาติ ค่าเฉลี่ย 4.31 มีเตียงนอนไฟฟ้า/น้ำ/ลม สำหรับป้องกันการเกิดแผลกดทับ ค่าเฉลี่ย 4.12 และห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

2.1.7 ด้านกระบวนการ (Process)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถาน บริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการได้ตรงกับความต้องการเฉพาะของ ผู้ป่วยในแต่ละคน ค่าเฉลี่ย 3.89 การให้บริการมีความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือในการให้การ ดูแล ค่าเฉลี่ย 3.81 ญาติผู้ป่วยสามารถโทรสอบถามข้อมูลหรือโทรนัดหมายล่วงหน้าได้ ค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านระดับคะแนนความสามารถ และรายได้ต่อเดือน

จากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ระดับคะแนนความสามารถ และปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ รายได้ต่อเดือน กับตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยเกี่ยวกับระดับคะแนนความสามารถ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ แตกต่างกันหรือไม่ โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถ เป็นการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน กับระดับคะแนนความสามารถ เพื่อให้ทราบว่าระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วยที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอย่างไร โดยสรุปได้ดังนี้

1.1 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วย

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ	เปรียบเทียบความแตกต่าง	ระดับคะแนน
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของสถานบริการ	แตกต่างกัน	75 คะแนนขึ้นไป > 25-45 คะแนน และ 50-70 คะแนน
2. มีการดูแลโดยแพทย์เฉพาะทาง	แตกต่างกัน	75 คะแนนขึ้นไป > 25-45 คะแนน และ 50-70 คะแนน
3. มีการให้คำปรึกษาทางจิตเวช	ไม่แตกต่าง	-
4. มีบริการด้านการฟื้นฟูการทำกายภาพบำบัด	ไม่แตกต่าง	-
5. มีมาตรฐานการพยาบาลตามแนวปฏิบัติ	ไม่แตกต่าง	-
6. มีโปรแกรมการดูแลที่ครบวงจรรวมถึงการจัดส่งผู้ป่วยตรวจตามนัดของโรงพยาบาล	ไม่แตกต่าง	-

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ	เปรียบเทียบความแตกต่าง	ระดับคะแนน
7. ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์	ไม่แตกต่าง	-
8. มีบริการนอกสถานที่	ไม่แตกต่าง	-

โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) พบว่า

ผู้ป่วยที่มีระดับคะแนนความสามารถ 75 คะแนนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของสถานบริการ และมีการดูแลโดยแพทย์เฉพาะทางมากกว่าผู้ป่วยที่มีระดับคะแนนความสามารถ 25 – 45 คะแนน และ 50 – 70 คะแนน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลในระดับที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลในระดับที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการในทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลในระดับที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลในระดับที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ในทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลในระดับที่

แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพในทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.7 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับคะแนนความสามารถของผู้ป่วย

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เปรียบเทียบความแตกต่าง	ระดับคะแนน
1. การให้บริการมีความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือในการให้การดูแล	ไม่แตกต่าง	-
2. มีการให้บริการได้ตรงกับความ ต้องการเฉพาะของผู้ป่วยในแต่ละคน	ไม่แตกต่าง	-
3. มีการบริการแบบครบวงจร เช่น มีการรับส่งจากบ้าน มีการส่งตรวจตามนัดกับ โรงพยาบาลที่ผู้ป่วยทำการรักษาอยู่เดิม	ไม่แตกต่าง	-
4. มีการให้คำปรึกษาก่อนรักษา ระหว่างรักษา และ หลังการรักษา	แตกต่าง	25-45 คะแนน และ 50 – 70 คะแนน > 75 คะแนนขึ้นไป
5. ญาติผู้ป่วยสามารถโทรสอบถามข้อมูลหรือโทรนัดหมายล่วงหน้าได้	ไม่แตกต่าง	-

โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) พบว่า

ผู้ป่วยที่มีระดับคะแนนความสามารถ 25 – 45 คะแนน และ 50 – 70 คะแนน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องมีการให้คำปรึกษาก่อนรักษา ระหว่างรักษา และหลังการรักษา มากกว่าผู้ป่วยที่มีระดับคะแนนความสามารถ 75 คะแนนขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน กับรายได้ต่อเดือน เพื่อให้ทราบว่ารายได้ต่อเดือนของผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดอย่างไร โดยสรุปได้ดังนี้

2.1 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ	เปรียบเทียบความแตกต่าง	รายได้ต่อเดือน
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของสถานบริการ	ไม่แตกต่าง	-
2. มีการดูแลโดยแพทย์เฉพาะทาง	แตกต่าง	ต่ำกว่า 10,000 บาท > 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป > 10,000–20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท
3. มีการให้คำปรึกษาทางจิตเวช	ไม่แตกต่าง	-
4. มีบริการด้านการฟื้นฟูการทำกายภาพบำบัด	ไม่แตกต่าง	-
5. มีมาตรฐานการพยาบาลตามแนวปฏิบัติ	ไม่แตกต่าง	-
6. มีโปรแกรมการดูแลที่ครบวงจร รวมถึงการจัดส่งผู้ป่วยตรวจตามนัดของโรงพยาบาล	แตกต่าง	30,001 บาทขึ้นไป > 10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท
7. เครื่องมืออุปกรณ์มีความทันสมัย	ไม่แตกต่าง	-
8. มีบริการนอกสถานที่	ไม่แตกต่าง	-

โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) พบว่า

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วย ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ให้มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องมีการดูแลโดยแพทย์เฉพาะทาง มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ในขณะที่ผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้มีความสำคัญต่อ

ปัจจัยย่อยดังกล่าว มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยในเรื่องมีโปรแกรมการดูแลที่ครบวงจรรวมถึงการจัดส่งผู้ป่วยตรวจตามนัดของโรงพยาบาล มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ระดับความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	เปรียบเทียบความแตกต่าง	รายได้ต่อเดือน
1. มีการแจ้งอัตราค่าบริการให้ทราบอย่างชัดเจนล่วงหน้า	แตกต่าง	ต่ำกว่า 10,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป > 10,001 – 20,000 บาท
2. มีการคิดค่าบริการแบบเลือกได้ในอัตราต่างๆ กัน (แบบ Package)	แตกต่าง	ต่ำกว่า 10,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป > 10,001 – 20,000 บาท
3. มีการให้ส่วนลดเมื่อมีการทำสัญญาดูแลระยะยาว (3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปีขึ้นไป)	แตกต่าง	30,001 บาทขึ้นไป > ต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท
4. สามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของบริษัทได้	แตกต่าง	30,001 บาทขึ้นไป > ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท

โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) พบว่า

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยในเรื่องมีการแจ้งอัตราค่าบริการให้ทราบอย่างชัดเจนล่วงหน้า และปัจจัยย่อยมีการคิดค่าบริการแบบเลือกได้ในอัตราต่างๆ กัน (แบบ Package) มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยในเรื่องมีการให้ส่วนลดเมื่อมีการทำสัญญาดูแลระยะยาว (3 เดือน 6 เดือน

หรือ 1 ปีขึ้นไป) มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริการในเรื่องสามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของบริษัทได้ มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ระดับความสำคัญต่อบริการด้านสถานที่ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบริการด้านสถานที่ให้บริการในทุกปัจจัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ระดับความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เปรียบเทียบความแตกต่าง	รายได้ต่อเดือน
1. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ อินเทอร์เน็ต วารสารท้องถิ่น/วารสารของโรงพยาบาล และป้ายต่างๆ	ไม่แตกต่าง	-
2. มีการส่งเสริมการขาย เช่น การทำ package มีส่วนลดหรือการแถม โปรแกรมการตรวจต่างๆ	ไม่แตกต่าง	-
3. มีการแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงานของสถานบริการ	ไม่แตกต่าง	-
4. มีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการแจก	แตกต่าง	30,001 บาทขึ้นไป > ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท
5. การบอกกล่าวจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน	แตกต่าง	30,001 บาทขึ้นไป > ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท
6. แพทย์/พยาบาลแนะนำมา	ไม่แตกต่าง	-

โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) พบว่า

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยในเรื่องมีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการแจก มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยในเรื่องการบอกกล่าวจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 ระดับความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ ในทุกบ้างจ้อย่อยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ระดับความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

บ้างจ้อย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ	เปรียบเทียบความแตกต่าง	รายได้ต่อเดือน
1. สถานที่มีบรรยากาศที่ร่มรื่นเหมาะสมแก่การพักรักษาตัว	ไม่แตกต่าง	-
2. มีป้ายชื่อสถานบริการเห็นได้ชัด มีเลขที่อนุญาตครบถ้วน	ไม่แตกต่าง	-
3. สถานบริการมีความสะอาดและสวยงาม	แตกต่าง	20,001–30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป > 10,001 – 20,000 บาท
4. ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ	แตกต่าง	30,001 บาทขึ้นไป > 10,001 – 20,000 บาท
5. มีกล่องวงจรปิดภายในห้องพัก และห้องฝักกายภาพ บำบัดของผู้ป่วย	แตกต่าง	ต่ำกว่า 10,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป > 10,001–20,000 บาท

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	เปรียบเทียบความแตกต่าง	รายได้ต่อเดือน
6. มีเตียงนอนไฟฟ้า/น้ำ/ลม สำหรับป้องกันการเกิดแผลกดทับ	ไม่แตกต่าง	-
7. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักรอของญาติ	แตกต่าง	10,001 – 20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป > ต่ำกว่า 10,000 บาท

โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) พบว่า

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 30,001 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยในเรื่องสถานบริการมีความสะอาดและสวยงาม มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยในเรื่องห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยในเรื่องมีกล้องวงจรปิดภายในห้องพัก และห้องฝักกายภาพ บำบัดของผู้ป่วย มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยในเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักรอของญาติ มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เปรียบเทียบความแตกต่าง	รายได้ต่อเดือน
1. การให้บริการมีความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือในการให้การดูแล	ไม่แตกต่าง	-
2. มีการให้บริการได้ตรงกับความต้องการเฉพาะของผู้ป่วยในแต่ละคน	ไม่แตกต่าง	-
3. มีการบริการแบบครบวงจร เช่น มีการรับส่งจากบ้าน มีการส่งตรวจตามนัดกับโรงพยาบาลที่ผู้ป่วยทำการรักษาอยู่เดิม	แตกต่าง	30,001 บาทขึ้นไป > ต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000บาท
4. มีการให้คำปรึกษาก่อนรักษา ระหว่างรักษา และ หลังการรักษา	ไม่แตกต่าง	-
5. ญาติผู้ป่วยสามารถโทรสอบถามข้อมูลหรือโทรนัดหมายล่วงหน้าได้	ไม่แตกต่าง	-

โดยเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Post Hoc Test or Multiple comparison) พบว่า

ผู้ตัดสินใจเลือกสถานบริการสำหรับผู้ป่วยที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปให้ความสำคัญต่อย่อยในเรื่องมีการบริการแบบครบวงจร เช่น มีการรับส่งจากบ้าน มีการส่งตรวจตามนัดกับโรงพยาบาลที่ผู้ป่วยทำการรักษาอยู่เดิม มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น

จากแบบสอบถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น พบว่า ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการมีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น ประกอบด้วย สถานบริการควรที่จะสามารถใช้สิทธิบัตรทอง หรือเบิกจ่าย/เบิกตรงของข้าราชการได้มากที่สุด ร้อยละ 75.0 และสถานบริการควรมีความสะดวกและรวดเร็วในการวิเคราะห์ผล ร้อยละ 25.0

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำมาอภิปรายผลการศึกษาเปรียบเทียบกับการศึกษาของ ชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การศึกษาของสุภาพร เลาหพุนรังสี (2553) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม สามารถอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกิดจากการศึกษาได้ ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ โดยให้คะแนนตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการทุกด้านในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านหลักฐานทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา โดยสามารถอภิปรายผลรายละเอียดปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการในแต่ละด้านได้ ดังนี้

1.1 ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อบริการด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อบริการย่อยในเรื่อง มีบริการด้านการฟื้นฟูการทำกายภาพบำบัดมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีบริการนอกสถานที่มากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร เลาหพุนรังสี (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาล และความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาลมากที่สุด อาจเป็นเพราะ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสถานบริการเกี่ยวกับการดูแลผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรัง คือผู้ที่มีความพิการหลงเหลืออยู่จากภาวะของโรค ไม่สามารถที่จะปฏิบัติกิจวัตรประจำวันได้ด้วยตัวเองทั้งหมด มีความต้องการการพึ่งพาดูแลจากผู้อื่น สถานบริการ

สามารถมีหน้าที่ให้การดูแลผู้เข้ารับบริการให้มีความปลอดภัยจากภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามวัตถุประสงค์ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของผู้มารับบริการ ดังนั้นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้ามารับบริการส่วนใหญ่น่าจะมาจากการมีบริการด้านการฟื้นฟูการทำกายภาพบำบัดมากกว่า การให้บริการนอกสถานที่ การมีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดี และความน่าเชื่อถือ

1.2 ด้านราคา ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรัง ในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยในเรื่อง การสามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของบริษัท ได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร เลาหพูนรังสี (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่อยู่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การสามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของบริษัท ได้มากที่สุดเช่นเดียวกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่อยู่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องในเรื่อง การคิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้องมากที่สุด อาจเป็นเพราะ จากผลการศึกษากลุ่มข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,0001 – 20,000 บาท หากต้องรับภาระเกี่ยวกับค่าบริการการดูแล อาจทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายได้ ดังนั้นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้ามารับบริการส่วนใหญ่น่าจะมาจากการสามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของบริษัทมากกว่าการคิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง

1.3 ด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยในเรื่อง ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง กลิ่นไม่เหม็นเหม็นเหมือนโรงพยาบาลมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร เลาหพูนรังสี (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วน

ประสมการตลาดด้านสถานที่ให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง โรงพยาบาลตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนมากที่สุด อาจเป็นเพราะ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสถานบริการเกี่ยวกับการดูแลผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรัง เข้ามาใช้บริการเพื่อการฟื้นฟูร่างกายจากภาวะ โรคหรือความพิการที่หลงเหลืออยู่เป็นหลัก สถานที่ที่ให้บริการจึงควรมีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การพักรักษาตัว ดังนั้นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ น่าจะมาจากทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมากกว่าเรื่องของลักษณะกลิ่น และการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยในเรื่อง การมีแพทย์/พยาบาลแนะนำมารักษามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร เลหาพูนรังสี (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ ในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การแนะนำและให้ข้อมูลจากพนักงานของโรงพยาบาลมากที่สุด เช่นเดียวกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การมีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ การแถม โปรแกรมตรวจต่างๆ มากที่สุด อาจเป็นเพราะโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเป็นโรคทางระบบประสาทที่ต้องการการดูแลช่วยเหลือเฉพาะด้าน ผู้เข้ารับบริการแต่ละคนต้องการการช่วยเหลือการดูแลที่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการหรือผู้แนะนำจึงควรเป็นผู้ที่มีความรู้ และมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ น่าจะมาจากการที่แพทย์/พยาบาลแนะนำมารักษามากกว่าการมีการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ การแถม โปรแกรมตรวจต่างๆ

1.5 ด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยในเรื่อง อธิษาศัยไม่ตรีของแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร เลหาพูนรังสี (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ

ในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตพยาบาลชั้นปริญญาตรีหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ทักษะความรู้ ความชำนาญของแพทย์ และอخصยาศยไมตรีของแพทย์มากที่สุดเช่นเดียวกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของรชทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตพยาบาลชั้นปริญญาตรีหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง นักเทคนิคการแพทย์อธิบายผลการตรวจอย่างเข้าใจมากที่สุด อาจเป็นเพราะ ในการดูแลผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรัง ผู้ดูแลจะต้องคอยช่วยเหลือในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน รวมไปถึงการทำกายภาพบำบัดฟื้นฟูสภาพร่างกายให้แก่ผู้เข้ารับบริการ ถือได้ว่าเป็นการดูแลแบบใกล้ชิดตลอดเวลา สัมพันธภาพที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้ารับบริการส่วนใหญ่น่าจะมาจากการมีอخصยาศยไมตรีของแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัดมากกว่าการอธิบายผลการตรวจ

1.6 ด้านหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถาน บริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตพยาบาลชั้นปริญญาตรีหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อบัณฑิตพยาบาลชั้นปริญญาตรีหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักรอของญาติมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของรชทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตพยาบาลชั้นปริญญาตรีหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ป้ายชื่อคลินิกเทคนิคการแพทย์เห็นได้ชัดเจน และมีเลขที่อนุญาตครบถ้วนมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร เลาหพูนรังสี (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตพยาบาลชั้นปริญญาตรีหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง อุปกรณ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลมีความทันสมัยมากที่สุด อาจเป็นเพราะ ในการตัดสินใจเลือกสถานบริการเกี่ยวกับการดูแลผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรัง ผู้ตัดสินใจอาจไม่ใช่ตัวของผู้รับบริการเอง อันเนื่องมาจากภาวะของโรคที่เป็นอยู่ ส่งผลให้การตัดสินใจในการเลือกเข้ารับการรักษาเป็นของญาติหรือผู้ดูแลของผู้เข้ารับบริการ จากผลการศึกษากลุ่มข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่คือผู้ดูแล/ผู้มีอำนาจในการ

ตัดสินใจ ทางสถานบริการจึงควรให้ความใส่ใจถึงญาติของผู้เข้ารับบริการด้วย ดังนั้นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้ารับบริการส่วนใหญ่ น่าจะมาจากการมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักรอของญาติ มากกว่าการแสดงถึงป้ายชื่อและเลขที่อนุญาต และความทันสมัยของอุปกรณ์ทางการแพทย์

1.7 ด้านกระบวนการ ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อบริการย่อยในเรื่อง มีการให้บริการได้ตรงกับความต้องการเฉพาะของผู้ป่วยในแต่ละคนมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของชงทวัตร บุญเฟื่อง (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเทคนิคการแพทย์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง สามารถโทรสอบถามได้มากที่สุด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร เลหาพูนรังสี (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการในการเลือกบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีกระบวนการที่ให้บริการอย่างเป็นระบบมากที่สุด อาจเป็นเพราะ โรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังเป็นโรคทางระบบประสาทที่ต้องการการดูแลช่วยเหลือเฉพาะด้าน ผู้เข้ารับบริการแต่ละคนต้องการความช่วยเหลือการดูแลที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความพิการที่หลงเหลืออยู่ ดังนั้นปัจจัยที่จะมีผลต่อการเข้ารับบริการส่วนใหญ่ น่าจะมาจากการให้บริการได้ตรงกับความต้องการเฉพาะของผู้ป่วยในแต่ละคนมากกว่าการ โทรสอบถาม และการมีกระบวนการที่ให้บริการอย่างเป็นระบบ

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

1. ผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาต ที่มีระดับความรุนแรงที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลมาก (25 – 45 คะแนน) และระดับความรุนแรงที่พึ่งพาผู้ดูแลปานกลาง (50 – 70 คะแนน) ต้องการการดูแลแบบไปเช้า-เย็นกลับเฉพาะบางเวลาเหมือนกัน ส่วนผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่พึ่งพาผู้ดูแลน้อย (75 – 95 คะแนน) และผู้ป่วยที่มีระดับความรุนแรงที่ผู้ป่วยสามารถดูแลตัวเองได้ทั้งหมด (100 คะแนน) ต้องการการดูแลแบบไปเช้า-เย็นกลับทุกวันเช่นเดียวกัน

2. ผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาต ในทุกระดับความรุนแรง มีช่วงระยะเวลาในการเข้าใช้บริการของผู้ป่วย ณ สถานบริการน้อยกว่า 1 เดือนเหมือนกัน

3. ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วนประสมการตลาดบริการด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ในภาพรวมมากที่สุด ในขณะที่ให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายด้านราคาในภาพรวมน้อยที่สุด

4. ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญ ในบ้างจ่ายย่อยเกี่ยวกับ ทัศนคติของแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัด และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักรอของญาติมากที่สุด ส่วนบ้างจ่ายย่อยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ มีการคิดค่าบริการแบบเลือกได้ในอัตราต่างๆ กัน (แบบ Package)

5. ผู้ป่วยที่มีระดับคะแนนความสามารถแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วนประสมการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ และด้านหลักฐานทางกายภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผู้ป่วยที่มีระดับคะแนนความสามารถ 75 คะแนนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วนประสมการตลาดด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในบ้างจ่ายย่อยเกี่ยวกับ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของสถานบริการ และมีการดูแลโดยแพทย์เฉพาะทาง มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับคะแนนความสามารถ 25 – 45 คะแนน และ 50 – 70 คะแนน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ผู้ป่วยที่มีระดับคะแนนความสามารถ 25 – 45 คะแนนและ 50 – 70 คะแนน ให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในบ้างจ่ายย่อยเกี่ยวกับ การให้คำปรึกษาก่อนรักษา ระหว่างรักษา และหลังการรักษา มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับคะแนนความสามารถ 75 คะแนนขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ให้บริการ และด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างจ่ายส่วนประสมการตลาดบริการด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ในบ้างจ่ายย่อยเกี่ยวกับมีการดูแลโดยแพทย์เฉพาะทาง และบ้างจ่ายย่อยเกี่ยวกับมีโปรแกรมการดูแลที่ครบวงจร

รวมถึงการจัดส่งผู้ป่วยตรวจตามนัดของโรงพยาบาล มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ในทุกปัจจัยแตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคากับรายได้ต่อเดือน พบว่า ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีการแจ้งอัตราค่าบริการให้ทราบอย่างชัดเจนล่วงหน้า และมีการคิด ค่าบริการแบบเลือกได้ในอัตราต่างๆ กัน (แบบ Package) ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่มี รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 30,001 บาทต่อ เดือนขึ้นไปให้ความสำคัญมากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับ มีการให้ส่วนลดเมื่อมีการทำสัญญาดูแลระยะยาว (3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปีขึ้นไป) และสามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของบริษัทได้ ผู้ ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไปให้ความสำคัญ มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และ รายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

12. ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ในปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมี เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการแจก และปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการบอกกล่าวจากผู้ที่เคยใช้บริการมา ก่อน มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อ เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

13. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ กับ รายได้ต่อเดือน พบว่า ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับสถานบริการมีความสะอาดและสวยงาม ผู้ตัดสินใจในการ เลือกสถานบริการที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ ความสำคัญมากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ ผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อ เดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญมากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีกล้องวงจรปิดภายในห้องพัก และห้องฝึก กายภาพบำบัดของผู้ป่วย ผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยดังกล่าว มากกว่าผู้ ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัย

ย่อยเกี่ยวกับมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักของญาติ ผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญ มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

14. ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการที่มีรายได้ 30,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการบริการแบบครบวงจร เช่น มีการรับส่งจากบ้าน มีการส่งตรวจตามนัดกับโรงพยาบาลที่ผู้ป่วยทำการรักษาอยู่เดิม มากกว่าผู้ตัดสินใจที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน และรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาโดยเรียงลำดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานบริการผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์ อัมพาตเรื้อรังในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ดังนี้

ปัจจัยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านพนักงานหรือบุคลากรทางการแพทย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ อธิษาศัยไมตรีของแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัด ทักษะความรู้ ความชำนาญของแพทย์ พยาบาล และนักกายภาพบำบัด และมีจำนวนพนักงานเพียงพอแก่การให้บริการ ดังนั้นทางสถานบริการควรดำเนินการดังนี้

1. ควรมีการจัดหามูลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง โดยเฉพาะบุคลากรทางการแพทย์ ที่เป็นผู้ให้บริการกับผู้เข้ารับบริการ โดยตรง อีกทั้งต้องมีความน่าเชื่อถือ มีความพร้อมในการให้บริการ และให้บริการแก่ผู้เข้ารับบริการทุกรายเหมือนญาติมิตร เพื่อสร้างอธิษาศัยไมตรีที่ดีและเพิ่มความรู้สึกพึงพอใจให้แก่ผู้เข้ารับบริการและผู้ดูแลให้มากยิ่งขึ้น

2. มีการจัดอบรมบุคลากรผู้ให้บริการให้มีการพัฒนาความรู้อยู่เสมอ รวมไปถึงการแนะนำการปฏิบัติตัวที่เหมาะสม ให้บุคลากรมีใจรักในการบริการ มีการจงใจด้วยรางวัล “บุคลากรดีเด่น” จาก การให้บริการเพื่อเสริมสร้างกำลังใจให้มากขึ้น

3. มีการจัดหามูลากรให้เพียงพอต่อการรับบริการ โดยมีการเปิดรับสมัครบุคลากรทางการแพทย์ ตามคณะแพทย์ และกำหนดถึงผลตอบแทนที่จะได้รับอย่างชัดเจน

4. ควรมีการจูงใจบุคลากรไม่ให้ลาออกไปอยู่สถานบริการอื่น โดยการเพิ่มค่าตอบแทนในกรณีทำงานล่วงเวลา หรือค่าโบนัสพิเศษ

5. ควรมีการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากร โดยมีการจัดประชุมเพื่อรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความต้องการหรือข้อเสนอแนะของบุคลากร เพื่อเพิ่มความผูกพันกับองค์กร และเพื่อทราบถึงความต้องการของบุคลากร

6. ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตัวบุคลากรทางการแพทย์

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ มีบริการด้านการฟื้นฟูการถ่ายภาพบำบัด มีความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ และมีมาตรฐานการพยาบาลตามแนวปฏิบัติ ดังนั้นทางสถานบริการควรดำเนินการดังนี้

1. เนื่องจากผู้ป่วยโรคอัมพฤกษ์อัมพาตจะมีภาวะความพิการหลงเหลืออยู่ที่แตกต่างกัน บางรายอาจมีปัญหาทางการสื่อสาร หรือบางรายอาจมีอาการอ่อนแรงแขนขาซีกใดซีกหนึ่ง หรืออาจมีอาการหนักจนถึงขั้นที่ต้องพึ่งพาผู้ดูแลทั้งหมด ทางสถานบริการจึงควรมีการจัดโปรแกรมการฟื้นฟูสภาพในแต่ละด้านเป็นรายๆ ไป เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้ารับบริการแต่ละราย

2. จัดหาบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความสามารถ และเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน โดยเฉพาะทางการฟื้นฟู การถ่ายภาพบำบัด รวมไปถึงมีการแจ้งประชาสัมพันธ์ถึงการให้บริการว่าสถานบริการมีบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญด้านใดบ้าง

3. ควรที่จะจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ที่มีความทันสมัย มีการรับรองมาตรฐาน คุณภาพ และความปลอดภัย เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษา รวมไปถึงมีการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ใช้เครื่องมือให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้ารับบริการมากขึ้น

4. มีแนวทางการปฏิบัติให้การดูแลตามมาตรฐานการพยาบาลอย่างถูกต้องและชัดเจน รวมไปถึงมีการรับรองคุณภาพการให้บริการ โดยการเข้าร่วมการวัดผลการดำเนินงานของกิจการตามเกณฑ์คุณภาพแห่งชาติ และการพัฒนาเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการให้บริการที่ได้รับการยอมรับในสากล เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ผู้เข้ารับบริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง สถานบริการตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และสามารถติดต่อสอบถามให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ตได้ ดังนั้นทางสถานบริการควรดำเนินการดังนี้

1. สถานบริการควรจัดตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน หรือไม่ไกลมากจากแหล่งชุมชน ควรมีการคมนาคมที่สะดวก สามารถเดินทางไป - กลับได้โดยง่าย หรืออาจเพิ่มบริการจัดเตรียมรถรับ - ส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ารับบริการที่ต้องการบริการรักษาหลากหลายรูปแบบ เช่น ไปเข้า-เย็นกลับทุกวัน ไปเข้า-เย็นกลับบางเวลา เป็นต้น
2. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารหลากหลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ Email Facebook และ Webpage เป็นต้น รวมไปถึงให้คำปรึกษา การนัดหมายล่วงหน้า ซึ่งสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับญาติ เช่น บริเวณที่พักรอของญาติ มีเตียงนอนไฟฟ้า/ลม/น้ำ สำหรับป้องกันการเกิดแผลกดทับ และห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ ดังนั้นทางสถานบริการควรดำเนินการดังนี้

1. นอกจากผู้ป่วยจะเป็นคนตัดสินใจเข้ารับบริการแล้ว ในผู้ป่วยที่ไม่สามารถตัดสินใจได้เอง ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจจะเป็นคนตัดสินใจแทน โดยส่วนใหญ่แล้วคือบุคคลในครอบครัว หรือญาติ ผู้ป่วยเอง สถานบริการควรมีความเอาใจใส่ถึงการอำนวยความสะดวก ความสุขสบายของญาติผู้เข้ารับบริการเช่นกัน เช่น มีที่จอดรถเพียงพอ มีพื้นที่การเยี่ยมผู้เข้ารับบริการที่เป็นสัดส่วน สถานที่ร่มรื่น สะอาด สวยงาม น่าอยู่ ห้องน้ำสำหรับรับรองแขก เป็นต้น
2. ลักษณะโดยรอบของสถานบริการ ควรมีความสะอาด สวยงาม ร่มรื่น น่าอยู่ ให้ความรู้สึกอบอุ่น มีการจัดการตกแต่งสวน แบ่งสัดส่วนของพื้นที่สาธารณะ และพื้นที่ส่วนตัว เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการเกิดความอบอุ่น อยากเข้ามาใช้บริการ
3. มีการจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์เพื่อป้องกันการเกิดภาวะแทรกซ้อนที่อาจจะตามมาเนื่องจากภาวะของโรคได้ เช่น สำหรับผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับภาวะกล้ามเนื้ออ่อนแรงมีเตียงนอนไฟฟ้า/ลม/น้ำ สำหรับป้องกันการเกิดแผลกดทับ เป็นต้น
4. อาคารสถานที่ รวมไปถึงห้องน้ำ มีการกำหนดระยะเวลาในการทำ ความสะอาด มีการตรวจสอบความสะอาดอยู่เสมอ และมีการจัดโครงการประกวดในเรื่องของ 5 ส. เพื่อให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการรักษาความสะอาด

ปัจจัยด้านกระบวนการ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ มีการให้บริการได้ตรงกับความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการในแต่ละคน การให้บริการมีความปลอดภัยและมีความน่าเชื่อถือในการให้การดูแล และ

ญาติผู้เข้ารับบริการสามารถโทรสอบถามข้อมูลหรือโทรนัดหมายล่วงหน้าได้ ดังนั้นทางสถานบริการควรดำเนินการดังนี้

1. ทางสถานบริการควรมีการตรวจโดยแพทย์ผู้ชำนาญ และออกแบบวางแผนโปรแกรมการทำกายภาพบำบัดฟื้นฟูร่างกายในแต่ละด้านให้ผู้เข้ารับบริการเป็นรายๆ ไป เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้มารับบริการแต่ละราย

2. มีประกันการรับรองความปลอดภัยของผู้มารับบริการตลอดระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ สถานบริการมีการวางระบบเฝ้าระวังและรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการหรือครอบครัวมีความน่าเชื่อถือ

3. สถานบริการควรมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ เพื่อช่วยในการลงทะเบียน นัดหมายจองคิวล่วงหน้าได้เร็วขึ้น

4. มีบริการเจ้าหน้าที่ผู้ให้ข้อมูล ญาติผู้เข้ารับบริการสามารถโทรมาสอบถามข้อมูล หรือขอคำปรึกษาทั้งก่อนเข้ารับบริการ ระหว่างที่เข้ารับบริการ และภายหลังจากที่รับบริการแล้ว ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

5. มีการสื่อสารถึงขั้นตอนในการให้บริการที่เป็นระบบและชัดเจน เช่น มีการจัดทำบอร์ดอธิบายถึงขั้นตอนในการเข้ารับบริการ การตรวจร่างกาย การวางแผนกิจกรรม และการเตรียมตัวกลับบ้าน เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ แพทย์/พยาบาลแนะนำมา จากการบอกกล่าวจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน และการมีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการแจก ดังนั้นทางสถานบริการควรดำเนินการดังนี้

1. สถานบริการควรมีการติดต่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งแพทย์ พยาบาล นักกายภาพบำบัด โดยเน้นถึงความเชี่ยวชาญของบุคลากรผู้ดูแล เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้เข้ารับบริการ

2. ควรมีการจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการรักษากฎานลูกค้าเดิม และหาลูกค้าใหม่ โดยอาจจะมีการจัดกิจกรรมกับผู้มารับบริการ เช่น การออกตรวจเยี่ยมผู้ที่เคยมารับบริการ หรือร่วมกันจัดกิจกรรมให้ความรู้สู่ประชาชนเชิงรุก เป็นต้น

3. ให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้เข้ารับบริการ เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจ และช่วยบอกกล่าวปากต่อปากมากขึ้น โดยมีการสื่อสารถึงบุคลากรผู้

ให้บริการทุกคนให้บริการกับผู้เข้ารับบริการด้วยใจรักและคอยช่วยเหลือให้คำปรึกษาลูกค้าที่มาใช้บริการ

4. มีการจัดเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการแจก เช่น การแนะนำสถานที่ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญที่ให้บริการ โปรแกรมการทำกายภาพฟื้นฟู การดูแลการใช้ชีวิตประจำวัน การตรวจแบบครบวงจร ช่องทางการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจ สามารถติดต่อเข้ามาได้อย่างสะดวก

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ สามารถใช้สิทธิประกันชีวิตหรือสวัสดิการของบริษัทได้ มีการให้ส่วนลดเมื่อมีการทำสัญญาดูแลระยะยาว (3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปีขึ้นไป) และมีการแจ้งอัตราค่าบริการให้ทราบอย่างชัดเจนล่วงหน้า ดังนั้นทางสถานบริการควรดำเนินการดังนี้

1. มีการทำสัญญากับบริษัทประกันชีวิต เพื่อเป็นการเพิ่มสิทธิของผู้เข้ารับบริการในการที่จะเบิกค่ารักษาพยาบาลมากขึ้น รวมไปถึงติดต่อบริษัทของผู้เข้ารับบริการบางบริษัทเป็นรายกรณีไป ทั้งบริษัทภายในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากว่า ในปัจจุบันแนวโน้มผู้ที่เข้ารับบริการเป็นชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น และเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ารับบริการ

2. มีการจัดโปรแกรมการดูแลในแต่ละระยะ ทั้งระยะสั้น (น้อยกว่า 1 เดือน) ระยะกลาง (1เดือน-3 เดือน) และระยะยาว (ตั้งแต่ 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปีขึ้นไป) โดยกำหนดราคาแตกต่างกันตามความเหมาะสม แนะนำถึงการทำการกายภาพบำบัดฟื้นฟูอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการรักษา เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ที่จะเข้ารับบริการ

3. หลังจากที่มีการวางแผน โปรแกรมการดูแลผู้เข้ารับบริการให้ตรงตามความต้องการในแต่ละราย ควรมีการแจ้งรายละเอียดค่าบริการตั้งแต่เข้ารับบริการจนกระทั่งสิ้นสุดการเข้ารับบริการให้ผู้เข้ารับบริการทราบอย่างชัดเจนล่วงหน้า

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. สถานบริการควรมีความสะดวกและรวดเร็วในการวิเคราะห์ผล แสดงว่าผู้ป่วยหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจต้องการทราบผลการตรวจอย่างรวดเร็ว แม่นยำ ดังนั้น สถานบริการควรเพิ่มบริการแจ้งผลการตรวจให้แก่ผู้เข้ารับบริการที่นอกเหนือจากการแจ้งผู้เข้ารับบริการโดยตรงเพียงอย่างเดียว เช่น การแจ้งผลทางโทรศัพท์ SMS หรือ E-Mail เป็นต้น นอกจากนั้นสถานบริการควรมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงห้องปฏิบัติการที่สามารถวิเคราะห์ผลการตรวจต่างๆ เพื่อแจ้งให้ผู้เข้ารับบริการได้รับทราบอย่างรวดเร็ว และได้รับการวางแผนการดูแลอย่างถูกต้องต่อไปด้วย

2. สถานบริการควรที่จะสามารถใช้สิทธิบัตรทอง หรือเบิกจ่าย/เบิกตรงของข้าราชการได้ แสดงว่าผู้ป่วยหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจต้องการใช้สิทธิในการช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายบางส่วน ดังนั้นสถานบริการ ควรมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานทางราชการ เพื่อขออนุญาตใช้สิทธิบางส่วนให้สามารถช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายบางส่วนจากผู้เข้ารับบริการ โดยเฉพาะการใช้สิทธิเบิกค่ารักษาจากบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า หรือใช้สิทธิเบิกจากหน่วยงานที่ผู้เข้ารับบริการสังกัดอยู่ หรืออาจหาช่องทางติดต่อกับโรงพยาบาลของรัฐ ที่อาจให้ความช่วยเหลือภาระบางส่วนได้

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างผู้ป่วย และผู้ดูแลที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ
2. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะอื่นร่วมด้วย เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์ การสังเกต ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น และทำให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นด้วย
3. อาจเนื่องมาจากการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล กลุ่มข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ในครั้งนี้อยู่ในกลุ่มผู้มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือนเป็นส่วนใหญ่จึงทำให้ผลการศึกษาที่ได้ไม่มีการกระจายของข้อมูลมากนัก ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการกระจายการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในสัดส่วนเท่าเทียมกัน เพื่อการวิเคราะห์ผลที่ไม่แตกต่างกันมากนัก หรืออาจเลือกทำการเก็บข้อมูลเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูง เพื่อที่จะทราบถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูง เนื่องจากว่ารายได้ถือเป็นข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มเป้าหมายที่จะใช้บริการ น่าจะเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ หรือฐานะในระดับดี เนื่องจากการบริการดังกล่าวอาจมีการเก็บค่าธรรมเนียมการบริการที่ค่อนข้างสูง

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved