

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกของผู้ป่วย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายจิรายุทธ ผูกพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.พนม พรหมกันธา
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: 2 กันยายน 2544
จำนวนหน้า	: 75 หน้า

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกของผู้ป่วยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค พฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกของผู้ป่วย และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกของผู้ป่วยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแยกออกเป็น 7 ด้านคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้านบุคลากร ปัจจัยทางด้านกระบวนการ และปัจจัยทางการให้บริการลูกค้า ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปและเคยใช้บริการคลินิกด้วยตนเองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 300 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้ตารางไขว้

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 15,000 บาท และส่วนใหญ่ไม่สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้

พฤติกรรมในการรักษาตัวเองของกลุ่มตัวอย่างเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยพบว่า ส่วนใหญ่จะซื้อยาจากร้านขายยา และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามการเบิกค่ารักษาพยาบาลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็จะซื้อยาจากร้านขายยาทั้งกลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้และกลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลไม่ได้

พฤติกรรมในส่วนของวัตถุประสงค์ในการใช้บริการคลินิกพบว่า ส่วนใหญ่จะรักษาโรคหรืออาการป่วยตามอาการ และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามการเบิกค่ารักษาพยาบาลพบว่า กลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้จะใช้บริการคลินิกกรณีฉุกเฉินมากกว่ากลุ่มที่ไม่สามารถเบิกค่ารักษาได้

พฤติกรรมในส่วนการให้บริการรักษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะระบุนอาการป่วยให้แพทย์ทราบโดยทันที ย่านที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการได้แก่คลินิกที่อยู่ใกล้บ้านที่สุด หรือตามแต่ผู้ป่วยสะดวกที่จะไปใช้บริการ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามการเบิกค่ารักษาพยาบาล พบว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้ จะเจาะจงว่าต้องไปรักษาพยาบาล ณ คลินิกนั้น

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกโดยเฉลี่ยต่อเดือนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการรักษาต่ำกว่า 1,000 บาท เช่นเดียวกับกลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้และเบิกค่ารักษาพยาบาลไม่ได้ นอกจากนี้ยังพบว่าราคา/อัตราค่าบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลส่วนใหญ่มองว่า ราคา/อัตราค่าบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิก

จากการศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากอันดับแรกคือปัจจัยทางด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ด้านการให้บริการลูกค้า ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านกระบวนการที่มีความสำคัญตามเรียงลำดับคือ คุณภาพของการให้บริการ รองลงมาคือ ขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน และความรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้าที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ความเต็มใจในการให้บริการ รองลงมาคือ ความมีอัธยาศัย ซื่อสัตย์ ความมั่นใจ ความไว้วางใจและถูกต้องของการให้บริการ การติดต่อสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้า และการติดตามผลหลังใช้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีความสำคัญตามเรียงลำดับคือ ประสิทธิภาพในการทำงาน รองลงมาคือ บุคลิกและความสุภาพของพยาบาล บุคลิกและความสุภาพของแพทย์ บุคลิกและความสุภาพของพนักงานต้อนรับ/ธุรการ/การเงิน คุณสมบัติของแพทย์ และเพศและวัยของแพทย์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ความสามารถในการวินิจฉัยและรักษาโรค ระดับการศึกษาและตำแหน่งหน้าที่ทางการงานรวมทั้งชื่อเสียง รองลงมาคือ คลินิกควรมีแพทย์หรือพยาบาลประจำตลอดเวลาทำการ ความพร้อมเรื่องอุปกรณ์เครื่องมือ ความครอบคลุมในการรักษาโรคต่างๆ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่นๆ การรู้จักหรือสนิทสนมกับบุคลากรในคลินิก และมียารักษาโรคหลายบริษัท หลายชนิด หลายราคาให้เลือกซื้อ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้งที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ด้านความสะอาดและแสงสว่าง รองลงมาคือ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ ทำเลที่ตั้งคลินิก

สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ การตกแต่งร้าน/ความสวยงาม/ทันสมัย และคลินิกมีขนาดใหญ่ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การแจ้งอัตราค่าบริการต่างๆให้ทราบก่อน รองลงมาคือ คลินิกมีราคา/อัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าคลินิกอื่น และความสามารถในการต่อรองราคา ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับคือ การบอกผ่านเพื่อนฝูงคนรู้จัก รองลงมาคือ การมีเอกสารแผ่นพับความรู้แจกฟรี การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ตามลำดับ

PAYAP UNIVERSITY