

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก
ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น¹

FACTORS AFFECTING THE DECISION MAKING TO CHOOSE
THE SERVICES OF THE THAI MEDICINAL AND LAB CLINIC
IN THE AREA OF MUEANG DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

ชินภัทร ปัญญาชีวกัก²

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple linear Regression ในโปรแกรมสำเร็จรูป

จากการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ABSTRACT

This study of factors affecting the decision making to choose the service of the Thai Medicinal and lab in the area of Muang District, Khon Kaen Province. This time the objectives are. 1) to study the decision to use the services of Thai Medicine and Lab Clinic in the area of Mueang District area. Khon Kaen Province. 2) to study service quality factors Affects the decision to choose to use Thai Medicine and Lab

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโทหลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดจังหวัดขอนแก่น มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Clinic in the area of Mueang District area Khon Kaen Province 3) To study the marketing mix factors affecting the decision to use Thai Medicine and Lab Clinic in the area of Mueang District area Khon Kaen Province. Using a questionnaire as a tool to collect data from a sample population of 100 people. who have used the services of Thai Medicine and Lab Clinic in the area of Mueang District, Khon Kaen Province. The statistics used to analyze the data are frequency and percentage. Mean and standard deviation, and analysis of Multiple Linear Regression, in the statistical program.

This research revealed that Service quality does not significantly affect the decision to use Thai Medicine and Lab Clinic in the area of Mueang District, Khon Kaen Province Statistics at the 0.05 level but the marketing mix affect the decision to use Thai Medicine and Lab Clinic in the area of Mueang District, Khon Kaen Province with statistical significance. 0.05

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process) จะช่วยให้ให้นักการตลาดเข้าใจในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคอย่างละเอียด ตั้งแต่จุดแรกไปจนถึงสิ้นสุดของกระบวนการซึ่งจะช่วยให้เราสามารถวางแผน ไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้าหรือบริการ การวางแผนการตลาด ตั้งแต่กระบวนการแรกเริ่มไปจนถึงการดึงดูดให้เกิดกิจกรรมทางการขายเพิ่มขึ้น กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ 1.การตระหนักรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) 2.การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม (Information Search) 3.การประเมินทางเลือกอื่น ๆ (Evaluation of Alternatives) 4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) 5. การซื้อสินค้าหรือบริการ (Purchase) 6. การประเมินหลังการซื้อสินค้า (Post-Purchase Evaluation) ซึ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้ง 6 ขั้นตอนดังกล่าวมีความสำคัญอย่างมากที่ควรจะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือซื้อสินค้าในปัจจุบัน โดยทางผู้วิจัยมีความเห็นว่า ธุรกิจเชิงสุขภาพหรือสถานพยาบาลที่มีความจำเป็น โดยเฉพาะสถานการณืเศรษฐกิจและสังคมไทยในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมาพบว่า สังคมไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในการพัฒนาเศรษฐกิจ ดังนั้นจะเห็นได้จากอัตราการขยายตัวในระดับสูงซึ่งมุ่งเน้นการแข่งขันเพื่อสร้างความมั่นคงในด้านรายได้ทำให้คนไทย และสังคมไทยมีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาด้านพฤติกรรมของคนในสังคมคือการย่อหย่อนในศีลธรรม จริยธรรม ขาดระเบียบวินัย เอารัดเอาเปรียบ ส่งผลให้วิถีชีวิตและค่านิยมดั้งเดิมที่ดั้งงามของไทยเริ่มจางหายไป พร้อม ๆ กับการล่มสลายของสถาบันครอบครัว ชุมชน และวัฒนธรรมของท้องถิ่น นอกจากนี้สภาวะบีบคั้นทางจิตใจของคนในสังคม ก่อให้เกิดความแออัดของชุมชนเมือง สภาวะแวดล้อมที่เสื่อมโทรมลงซึ่งมากับกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจนั้นได้ส่งผลให้ภาวะการเจ็บป่วยของคนไทยเปลี่ยนไปสู่โลกสมัยใหม่ เช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน รวมทั้งการบาดเจ็บล้มตายจากอุบัติเหตุ และภัยพิบัติที่มีแนวโน้ม

เพิ่มขึ้นตามการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และรายได้ที่สูงขึ้นทำให้ภาวะสุขภาพของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง

คนไทยส่วนใหญ่จะเป็นโรคไร้เชื้อหรือโรคที่ไม่ติดต่อมากกว่าโรคติดต่อ สาเหตุอันเนื่องมาจากพฤติกรรมดูแลสุขภาพทางกายไม่ถูกต้อง เช่น การรับประทานอาหารจานด่วน การไม่ออกกำลังกายและการไม่ดูแลสุขภาพทางจิตใจ ได้แก่ การฝึกจิต การนั่งสมาธิ การสวดมนต์ การผ่อนคลายความเครียดส่งผลให้เกิดภาวะเครียด เกิดปัญหาสุขภาพจิต และเกิดการฆ่าตัวตายตามมาซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น เป็นปัญหาสาธารณสุขที่เกิดจากโรคที่ไม่ติดต่อซึ่งส่งผลให้สถานการณ์สภาวะสุขภาพของคนไทยเปลี่ยนไปจากอดีต

สภาวะสุขภาพของคนไทยในปัจจุบันโดยกระทรวงสาธารณสุขวิเคราะห์สาเหตุของการเสียชีวิตของคนไทยทั่วประเทศในปี 2564 พบว่า มีการเก็บข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขมีอัตราการเสียชีวิตของประชากรที่เสียชีวิตด้วยโรค NCD ทั้งหมดจำนวน 83,536 ราย จากประชากรทั้งหมด 65,212,951 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 128.10% และเมื่อเทียบกับอัตราการเสียชีวิตด้วยโรคที่ไม่ติดต่อหรือโรค NCD ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีอัตราการเสียชีวิตอยู่ที่ 2,133 ราย ซึ่งประชากรในจังหวัดขอนแก่นมีทั้งหมด 1,789,131 ราย คิดเป็นอัตราร้อยละ 119.22% ของการเสียชีวิตทั้งหมด โรคที่พบว่ามีสถิติการเสียชีวิตสูงได้แก่ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ สาเหตุของโรคไร้เชื่อดังกล่าวมาจากพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองที่ไม่ถูกต้อง เช่น การรับประทานอาหารไขมันสูง การไม่ออกกำลังกาย การสูบบุหรี่ ดื่มสุรา ภาวะความเครียดจากการทำงาน สาเหตุของการเสียชีวิตจากโรคไร้เชื้อทั้งหลายนี้สามารถป้องกันได้ด้วยการปรับพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองในด้านการรับประทานอาหาร และการใช้ชีวิต (ข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขปี 2564 จาก วารสารวิชาการสาธารณสุขปีที่312 ฉบับที่ 1 มกราคม ถึง กุมภาพันธ์ 2566)

จากสถานการณ์ภาวะสุขภาพดังกล่าวทำให้การแพทย์แผนไทยเป็นทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นองค์ความรู้เดิมที่มีการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่ไม่ได้รักษาเฉพาะอาการของโรค แต่ครอบคลุมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ โดยการผสมผสานการปฏิบัติตนตามหลักกรรมมานามัย อาหารสมุนไพร การใช้ยาสมุนไพร การอบการประคบสมุนไพร การนวดไทยในการส่งเสริมสุขภาพตนเอง และบุคคลในครอบครัว (สถาบันแพทย์แผนไทยกรมการแพทย์แผนไทยกระทรวงสาธารณสุข 2539)

ซึ่งการดูแลสุขภาพด้วยการแพทย์แผนไทย สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยกระทรวงสาธารณสุขได้มีนโยบายส่งเสริมให้เกิดการใช้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพ รัฐบาลได้กำหนดแนวทางที่ชัดเจนในการตั้งองค์การภาครัฐ คือ สถาบันการแพทย์แผนไทย มีการพัฒนาสุขภาพอนามัยของประชาชนด้วยวิธีการผสมผสานการรักษาพยาบาลแบบแพทย์พื้นบ้านกับระบบการพยาบาลในโครงสร้างสาธารณสุข เพื่อให้ประชาชนพึ่งตนเองได้ เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาพร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนาแบบแยกส่วนมาเป็นการบูรณาการแบบองค์รวม โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและการสร้างฐานเศรษฐกิจ

ภายในประเทศให้เข้มแข็งและมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากสังคมภายนอก และในขณะเดียวกันมุ่งพัฒนาให้เกิดความสมดุล ทั้งคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 6,8,9 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและอยู่ดีมีสุขของคนไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรีปี 2544) ต่อมาการแพทย์แผนไทยได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ปี 2550 ถึงปี 2554 ประเทศต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญหลายบริบททั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจึงต้องเตรียมพร้อมพัฒนาคนและระบบตามหลักปรัชญาพอเพียง โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ โดยการเสริมสร้างสุขภาวะคนไทยให้มีสุขภาพที่แข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจรวมถึงสภาวะแวดล้อมที่น่าอยู่ด้วย การพัฒนาการแพทย์ทางเลือกและการแพทย์แผนไทยที่เน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจรวมถึงการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากการพัฒนา (โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรีปี 2549)

การพัฒนาคุณภาพความเป็นคนและวิถีชีวิตความเป็นอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไทยจะส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคตเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของคนทุกคนทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสติปัญญาให้มีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์แข็งแรง มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการประกอบอาชีพสามารถปรับตัวให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง โดยเฉพาะบุคลากรสายสุขภาพ ดังนั้นประชากรของคนในประเทศไทยจะต้องมีสุขภาพอนามัยที่แข็งแรงซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนที่ดีในการพัฒนาประเทศให้ไปสู่การเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจที่ดีพร้อมกับการมีสุขภาพที่ดีควบคู่กันไปด้วย โดยการดูแลสุขภาพตนเองด้วยการแพทย์แผนไทยมีความเหมาะสมในการส่งเสริมศักยภาพของของประชากรในประเทศไทยทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความเจริญที่สำคัญในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีความเจริญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การศึกษา การคมนาคมที่สะดวกสบายและเป็นที่ตั้งศูนย์รวมของหน่วยงานราชการในระดับภูมิภาคหรืออีสานตอนกลางหลายแห่ง จากความเจริญก้าวหน้าในหลายด้านทำให้จังหวัดขอนแก่นมีจำนวนประชากร 1,784,641 คน จังหวัดขอนแก่นมีประชากรมากเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ ธุรกิจบริการดูแลสุขภาพมีแนวโน้มเจริญเติบโตและมีความต้องการสูงจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นและจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดูแลสุขภาพของคนในจังหวัดซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีความใส่ใจและให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติหรือการใช้ยาสมุนไพร และการเข้ารับการรักษาในคลินิกการแพทย์ทางเลือก และการแพทย์แผนไทยเพิ่มมากขึ้นซึ่งบ่งชี้ได้จากจำนวนคลินิกการแพทย์แผนไทยในจังหวัดขอนแก่นมีทั้งหมดจำนวน 20 แห่ง ในพื้นที่อำเภอเมือง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น,2566) จากข้อมูลพบว่า จำนวนสถานพยาบาลและคลินิกที่ตั้งในเขตอำเภอเมืองมีความหนาแน่นสูงมาก คาดว่าเป็นไปตามกลไกของตลาดและความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีอยู่จำนวนมากในเขตอำเภอเมือง

จากข้อมูลดังกล่าวมาผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า คลินิกการแพทย์แผนไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้มีคู่แข่งในการตลาดเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาคุณภาพการบริการ และส่วนประสมทางการตลาดเพื่อก้าวไปสู่มาตรฐานระดับสากลให้ดีขึ้น เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับการตลาดยุคใหม่ที่ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความคาดหวังสูง และมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าและเกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่รักษาผู้ป่วยด้วยการใช้ศาสตร์การแพทย์แบบบูรณาการ ซึ่งประกอบไปด้วยการใช้ยาสมุนไพรร่วมกับการใช้ยาแผนปัจจุบัน และมีการติดตามผลการรักษาด้วยการตรวจสอบคัดหลังและเลือดจากห้องปฏิบัติการด้วยเทคนิคการแพทย์ชำนาญการ

คำถามในการวิจัย

1. การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นเป็นอย่างไร
2. คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น หรือไม่
3. ส่วนประสมทางการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

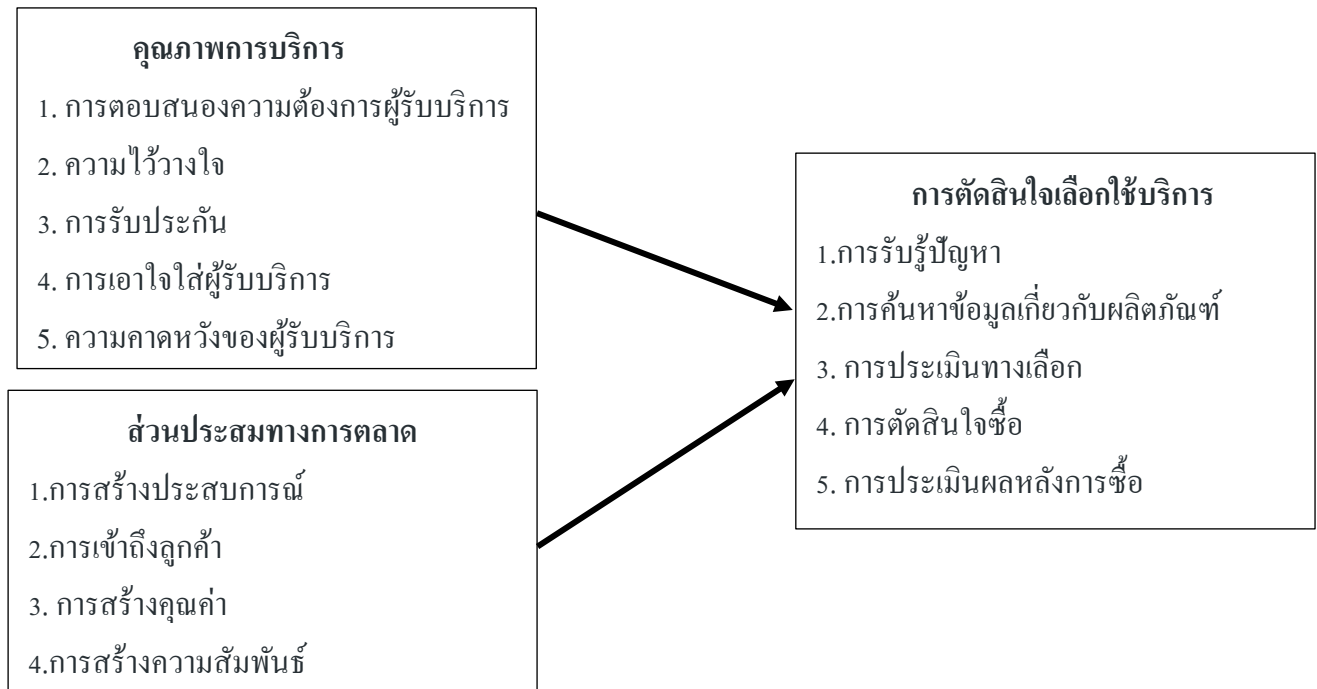
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลงาน การศึกษาที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดงานวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น” มีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีจำนวนประชากรวัยทำงาน (15-59ปี) ทั้งหมด 275,616 คน (ข้อมูลจากสถิติประชากรทะเบียนราษฎรวัยทำงาน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ปี 2566)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 100 คน จะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1970:896) โดยที่จำนวนขนาดของประชากรในการศึกษาครั้งนี้เท่ากับ 100 คน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 90% ผู้วิจัยจะใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 100 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 100 คน ตั้งแต่ 1 ครั้งขึ้นไป

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น ลำดับที่ 1 คือ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย

1. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsibility)
2. ความไว้วางใจ (Reliability)
3. การรับประกัน (Assurance)
4. การเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy)
5. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation)

ตัวแปรต้น ลำดับที่ 2 คือ ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. การสร้างประสบการณ์ (Experience)
2. การเข้าถึงลูกค้า (Everywhere)
3. การสร้างคุณค่า (Exchange)
4. การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism)

ตัวแปรตาม ลำดับที่ 3 คือ การตัดสินใจใช้บริการ ประกอบด้วย

1. การรับรู้ปัญหา (Need Recognition)
2. การค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (Information Search)
3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluate)
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)
5. การประเมินภายหลังการซื้อ (Post-Purchase Evaluation)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และรายได้ต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามคุณภาพการบริการ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถออกความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมได้ จำนวน 5 ข้อ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

4.1 ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แนวคิด สำนวนภาษา และการใช้ข้อความที่ถูกต้องเหมาะสม ผู้วิจัยได้ทำการปรึกษาและสอบถามความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับคำถามแต่ละข้อ หลังจากนั้นจึงทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้เหมาะสม ก่อนนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือกับกลุ่มทดสอบ

4.2 การตรวจสอบความเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปทดสอบ (Pilot test) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อตรวจสอบว่า คำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach'Alpha Coefficient)

ในการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก ได้ค่าดังนี้

1. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ มีค่าความเชื่อมั่น = 0.937
2. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด มีค่าความเชื่อมั่น = 0.921
3. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีความเชื่อมั่น = 0.934
4. ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมมีค่าความเชื่อมั่น = 0.959

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

1. ผู้ศึกษามีการอธิบายวิธีการเก็บข้อมูลให้กับเจ้าหน้าที่ในส่วนประชาสัมพันธ์ของคลินิก เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการมาแล้วมากกว่า 1 ครั้งขึ้นไป

2. ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลในการกรอกแบบสอบถามทุกชุด

3. ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรจำนวน 100 คน นำข้อมูลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ผลตามแนวทางของการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้ศึกษาจะเสนอข้อมูลออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistic) คือการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจะใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สูตรการถดถอยพหุคูณ Multiple linear Regression ในโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปี ร้อยละ 36 สถานภาพสมรส ร้อยละ 55 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 35 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 29

2. การวิเคราะห์คุณภาพการบริการของ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ประกอบด้วย การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความไว้วางใจ การรับประกัน การเอาใจใส่ผู้รับบริการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ แสดงผลตามตารางดังนี้

ปัจจัยคุณภาพการบริการในภาพรวม	ระดับความคิดเห็น		แปลผล	อันดับ
	\bar{X}	S.D.		
การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	3.97	0.362	มาก	5
ความไว้วางใจ	4.07	0.292	มาก	4
การรับประกัน	4.60	0.170	มากที่สุด	2
การเอาใจใส่ผู้รับบริการ	4.80	0.297	มากที่สุด	1
ความคาดหวังของผู้รับบริการ	4.38	0.227	มากที่สุด	3
รวม	4.36	0.270	มากที่สุด	

ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการของ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 270) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.279) รองลงมาคือด้านการรับประกัน ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.170) และน้อยที่สุดคือด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.362)

3. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ การเข้าถึงลูกค้า การสร้างคุณค่า การสร้างความสัมพันธ์ แสดงผลตามตารางดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม	ระดับความคิดเห็น		แปลผล	อันดับ
	\bar{X}	S.D.		
การสร้างประสบการณ์	4.32	0.218	มากที่สุด	3

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม	ระดับความคิดเห็น		แปลผล	อันดับ
	\bar{X}	S.D.		
การเข้าถึงลูกค้า	4.34	0.216	มากที่สุด	2
การสร้างคุณค่า	4.21	0.174	มากที่สุด	4
การสร้างความสัมพันธ์	4.41	0.243	มากที่สุด	1
รวม	4.32	0.213	มากที่สุด	

ผลการศึกษาพบว่าประสมทางการตลาดในภาพรวม ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยภาพรวม พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.213) และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การสร้างความสัมพันธ์มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.414$, S.D. = 0.243) รองลงมาคือการเข้าถึงลูกค้าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$ S.D. = 0.216) และการสร้างคุณค่า ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.174) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำที่สุด

4. การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ การประเมินหลังการซื้อสินค้า แสดงผลตามตารางดังนี้

การตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวม	ระดับความคิดเห็น		แปลผล	อันดับ
	\bar{X}	S.D.		
การรับรู้ปัญหา	4.26	0.143	มากที่สุด	2
การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	4.21	0.183	มากที่สุด	5
การประเมินทางเลือก	4.32	0.194	มากที่สุด	1
การตัดสินใจซื้อ	4.23	0.187	มากที่สุด	3
การประเมินหลังการซื้อสินค้า	4.22	0.243	มากที่สุด	4
รวม	4.32	0.170	มากที่สุด	

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมของ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก พบว่า การแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.326$, S.D. = 0.170) และเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การประเมินทางเลือกระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.194) รองลงมาคือการรับรู้ปัญหา ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.134) และการแสดงความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด คือการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.21$ S.D. = 0.183)

5. ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	ตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก		ระดับความสัมพันธ์
	Correlation (r)	Sig (2-tailed)	
การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	.044	.661	ต่ำ
ความไว้วางใจ	.009	.926	ต่ำ
การรับประกัน	.022	.829	ต่ำ
การเอาใจใส่ผู้รับบริการ	.112	.266	ต่ำ
ความคาดหวังของผู้รับบริการ	.208	.038*	ต่ำ
**หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2-tailed)			

ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรจะใช้การวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ Multiple linear Regression ในโปรแกรมสำเร็จรูปที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์พบว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการ ($r = 0.208$) การเอาใจใส่ผู้รับบริการ ($r = 0.112$) การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($r = 0.04$) ซึ่งการรับประกัน ($r = 0.022$) ความไว้วางใจ ($r = 0.009$) ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์ต่ำกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ดังนั้นสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (ปัจจัยคุณภาพการบริการ ค่า r เท่ากับ 0.241) คุณภาพการบริการไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก		ระดับความสัมพันธ์
	Correlation (r)	Sig (2-tailed)	
การสร้างประสบการณ์	.363	0.000*	ต่ำ
การเข้าถึงลูกค้า	.595	0.000*	ปานกลาง
การสร้างคุณค่า	.194	0.053	ต่ำ
การสร้างความสัมพันธ์	.275	0.006*	ต่ำ
**หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2-tailed)			

ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ Multiple linear Regression ในโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก พบว่า ตัวแปร ด้านการเข้าถึงลูกค้าค่า $r = 0.595$ ด้านการสร้างประสบการณ์ ค่า $r = 0.363$ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ค่า $r = 0.275$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์สูง กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และตัวแปรด้านการสร้างคุณค่า ค่า $r = 0.194$ มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่ระดับความสัมพันธ์สูง กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นสมมุติฐานการวิจัยที่ 2 (ส่วนประสมทางการตลาด ค่า r เท่ากับ 0.667) คือ ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลและอภิปรายผล

1. สรุปผล

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60 มีอายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปี ร้อยละ 36 สถานภาพสมรส ร้อยละ 55 ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 35 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 29

คุณภาพการบริการของไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ในด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการรับประกัน และน้อยที่สุดคือ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดของไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านการสร้างความสัมพันธ์มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงลูกค้า และน้อยที่สุด คือ ด้านการสร้างคุณค่าและจากผลการวิเคราะห์ พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ด้านการประเมินทางเลือกมีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ปัญหา และน้อยที่สุดคือ ด้านการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์

ผลการทดสอบสมมุติฐานจากการพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ค่า ($r = 0.044$) ด้านความไว้วางใจ ค่า ($r = 0.009$) ด้านการรับประกัน ค่า ($r = 0.022$) ด้านการเอาใจใส่ผู้รับบริการ ค่า ($r = 0.112$) ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก

อยู่ในระดับความสัมพันธ์ที่ต่ำกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการพิสูจน์สมการพบว่า ค่า $F = 1.157$ ค่า $Sig = 0.336$ ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบคือ 0.05 ดังนั้น ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ไม่รับสมการสมมติฐานรอง นั่นคือ คุณภาพการบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า ค่า $r = 0.595$ ด้านการสร้างประสบการณ์ ค่า $r = 0.363$ และด้านการสร้างความสัมพันธ์ ค่า $r = 0.275$ มีความสัมพันธ์เชิงบวก อยู่ในระดับความสัมพันธ์สูงกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า ค่า $F = 19.077$ ค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญของการทดสอบ คือ 0.05 ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ยอมรับสมมติฐานรอง นั่นคือ ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก

2. อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 จากการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประเมินทางเลือก มีระดับความคิดเห็นสูงที่สุด รองลงมาด้านการรับรู้ปัญหา และน้อยที่สุดคือ ด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ Philip Kotler and Kevin Keller (2006) และ ภาณุพงศ์ (2563)

วัตถุประสงค์ที่ 2 จากการศึกษาโดยภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) สุทธิญา (2559) ชันยธร (2565) คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ร้อยละ 58 สอดคล้องกับ ปุญญาพรและนลิน (2564)

วัตถุประสงค์ที่ 3 จากการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ครบทุกด้าน ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก สามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไทยเมดิซีน แอนด์แล็บ สหคลินิก ได้ร้อยละ 66.70 สอดคล้องกับ อุมารวรรณ (2566)

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผู้ประกอบการสถานพยาบาลแพทย์แผนไทย ควรตระหนักและให้ความสำคัญในการสร้างมาตรฐานการให้บริการซึ่งจะช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นกับลูกค้าในการเข้ารับบริการ และการใช้จุดแข็งในการสร้างส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดระหว่างคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ สามารถพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. คลินิกจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาที่มีมาตรฐานทำให้ผู้ป่วยหรือผู้ใช้บริการเกิดการบอกต่อกับผู้ใกล้ชิด
2. คลินิกจะต้องสร้างความประทับใจในการเข้ารับบริการการรักษาที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม คຸ້ມຄ່າ พนักงานต้อนรับจะต้องมีความสุขภาพ เรียบร้อยให้บริการอย่างสุภาพ
3. บุคลากรทางการแพทย์จะต้องให้ความสำคัญเป็นกันเองกับผู้รับบริการ โดยให้ความเสมอภาคและความเท่าเทียม
4. คลินิกจะต้องมีการคัดสรรยาและเวชภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐานยา GMP และมาตรฐานองค์การอาหารและยา
5. คลินิกจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพการให้บริการรวมถึงการรักษาที่มีมาตรฐานทำให้ผู้ป่วยหรือผู้ใช้บริการเกิดการบอกต่อกับผู้ใกล้ชิด
6. คลินิกจะต้องสร้างความประทับใจในการเข้ารับบริการที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม คຸ້ມຄ່າ พนักงานต้อนรับจะต้องมีความสุขภาพ เรียบร้อย
7. บุคลากรทางการแพทย์จะต้องให้ความสำคัญเป็นกันเองกับผู้รับบริการ โดยให้ความเสมอภาคและความเท่าเทียม
8. สร้างประสบการณ์ในเรื่องของการใช้ยาสมุนไพรและยาแผนปัจจุบันร่วมกันได้อย่างเหมาะสม
9. สถานพยาบาลจะต้องสร้างความรู้สึกลงในการให้บริการที่เป็นกันเองปลอดภัยทำให้เกิดความไว้วางใจในการมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลตามทัศนคติ ความรู้ และประสบการณ์มาระบุปัญหาอุปสรรคที่จะต้องพัฒนาได้อย่างชัดเจนและตรงจุดมากขึ้น
2. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยหรือกลยุทธ์ที่ทำให้ไทยเมดิซีน แอนด์ เฮลท์ สหคลินิกประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ของธุรกิจสถานพยาบาลต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- ธัญธร ตีฉภพ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2565)*, 85.
- บุญญาพร บุญธรรมมา, นลินี เหมาะประสิทธิ์. (2564). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักรักษาที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564*.

- สุมนา ลาภาโรจน์กิจ, สุกัญญา ศรสงวนสกุล. (2559). *ปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง*. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, บริหารธุรกิจ. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อุมาวรรณ วาทกิจ. (2566). ส่วนประสมทางการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารและการวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- A. Z. Parasuraman. (1985). Problem and Strategic in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46.
- A. Z. Parasuraman. (1988). *ERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perception of service quality*. *Journal of Retailing*. เข้าถึงได้จาก <https://www.researchgate.net>:
https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-percep
- B. Fetherstonhaugh. (2009). *The 4P's are out, the 4E's*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ogilvy.com>:
http://www.ogilvy.com/on-our-minds/articles/the_4e_-are_in.aspx
- P. Kotler. (2000). *Marketing Management*. Prentice Hall. เข้าถึงได้จาก <https://www.scirp.org>:
[https://www.scirp.org/\(S\(1z5mqp453edsnp55rrgjt55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1901561](https://www.scirp.org/(S(1z5mqp453edsnp55rrgjt55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1901561)
- P. Kotler. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. 9 th ed. . New Jersey: Asimmon &Schuster. เข้าถึงได้จาก <https://www.scirp.org>:
[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1581308](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1581308)