

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

Factors affecting the decision to use a private hospital In Phuket

แอนจิรา เพ็ชรกุล¹

Annjira Petchkul

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต 2. เพื่อศึกษาคุณภาพการในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต 3. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) โดยใช้สถิติ Independent Sample t test, และ One-way ANOVA และสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี สถานภาพโสด ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท ใช้สิทธิในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลเอกชน เป็นประกันสุขภาพ

คุณภาพการให้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, SD. = 0.29) ดังนี้ ผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, SD. = 0.69) และท่านได้รับการบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ น้อยที่สุด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, SD. = 0.52) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.72$) ดังนี้ ด้านสถานที่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมา ด้านการรักษาและบริการทางการแพทย์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) และด้านกระบวนการให้บริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมมติฐานเปรียบเทียบด้านประชากรศาสตร์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์สมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

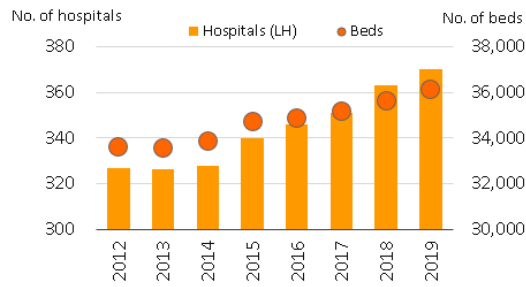
คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ โรงพยาบาลเอกชน

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการบริหารงานทุก ๆ องค์การย่อมมีการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ที่มีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาในองค์การต่าง ๆ ต่างมุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพบริการที่ได้มาตรฐานเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด มีการให้บริการแก่ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน มีความต่อเนื่องทันเวลา ด้วยเหตุนี้มีผลทำให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทุกประเภทยังคงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้ภายในประเทศเน้นความสำคัญด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจในรูปแบบบูรณาการที่มีผลทำให้โครงสร้างสังคม และเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทางตรงกันข้ามสภาวะแวดล้อมทางสังคมจะเกิดการแข่งขันมากขึ้น มักเกิดความเสียดังกับประชาชนในเรื่องของการเจ็บป่วย ประชาชนในฐานะผู้ป่วยที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลนั้นส่วนใหญ่ตั้งความหวังในเรื่องการตรวจ วินิจฉัยและรักษาโรคให้หายการเจ็บป่วย แต่ในขณะที่ทางโรงพยาบาลมีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยเพื่อตรวจ วินิจฉัยและรักษาโรคให้แก่ประชาชนทั่วไป ในด้านทางการแพทย์มีการพัฒนารักษาโรค วัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ ส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพดีและทำให้มีอายุที่ยืนยาวมากขึ้นจะเห็นได้ว่าประชากรของไทยในอนาคต จากการคาดการณ์ของคณะทำงานฉายภาพประชากรไทยในอนาคตได้สมมุติฐานว่าในอนาคตความยืนยาวชีวิตของ ประชากรไทยจะเพิ่มขึ้นไปอีกในช่วงปี พ.ศ. 2550-2558 อัตราการเจริญเติบโตของผู้ที่ขอเข้ารับบริการของโรงพยาบาลมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลเกิดขึ้นมากมายทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน นอกจากนี้การที่รัฐบาลมีนโยบายที่จะต้องผลักดันให้ประเทศเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล, 2554) ประกอบกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์ของผู้รับบริการในปัจจุบันมีการเลือกใช้บริการทางการแพทย์ที่หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งมีความคาดหวังในการรับบริการที่ได้คุณภาพถูกต้องและทันสมัย ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลต่าง ๆ มีการลงทุนในการทำธุรกิจโรงพยาบาลมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการให้ได้มากที่สุด โดยการนำนวัตกรรมทางการแพทย์ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์ ในการตรวจรักษาที่ช่วยให้การรักษาถูกต้องแม่นยำ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับผู้รับบริการและเพิ่ม ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 370 แห่ง แบ่งเป็นโรงพยาบาลในกรุงเทพฯ 116 แห่ง (สัดส่วน 31.4% ของจำนวนโรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด) และต่างจังหวัด 254 แห่ง (68.6%) ด้านจำนวนเตียงผู้ป่วยอยู่ที่ 3.6 หมั่นเตียง (กรุงเทพฯ 1.4 หมั่นเตียง และต่างจังหวัด 2.2 หมั่นเตียง)

Figure 3: Numbers of Private Hospitals & Beds



Source: Department of Health Service Support, MOPH, Krungsri Research

ภาพที่ 1 แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-65: ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

ที่มา: บทวิเคราะห์ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2563)

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนโดยภาพรวมมีความมั่นคงและมีความเสี่ยงต่ำ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับสุขภาพซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น ทำให้อ่อนไหวต่อความผันผวนของเศรษฐกิจน้อยกว่าธุรกิจบริการอื่นๆ ทั้งยังสามารถผลักภาระค่าใช้จ่ายไปยังผู้ให้บริการได้ง่าย โดยขนาดของโรงพยาบาลมีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไร โรงพยาบาลขนาดใหญ่มักมีฐานเงินทุนที่แข็งแกร่ง และมีเครือข่ายมากจึงมีความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด เนื่องจากสามารถใช้ทรัพยากรบางส่วนร่วมกันได้ เช่น การซื้อเวชภัณฑ์และอุปกรณ์การแพทย์ นอกจากนี้การเข้าถึงผู้ให้บริการหลายระดับทำให้รับแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ดีกว่าโรงพยาบาลขนาดกลางและเล็กส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ มีรายได้และกำไรสุทธิเติบโตต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นโยบายภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ตั้งแต่ปี 2546 นับเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยโรงพยาบาลเอกชนต่างเร่งเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการทำให้ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นหนึ่งในจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลก มีข้อได้เปรียบด้านคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการรักษาที่สูงติดอันดับโลก ขณะที่มีอัตราค่ารักษาพยาบาลถูกกว่าเมื่อเทียบกับประเทศที่มีมาตรฐานการรักษาในระดับเดียวกัน นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เหมาะสมช่วงพักผ่อนและมีสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล “JCI” (Joint Commission International Accreditation) มากถึง 62 แห่งซึ่งสูงเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา (195 แห่ง) ซาอุดีอาระเบีย (93 แห่ง) และจีน (84 แห่ง) ทั้งยังสูงกว่ามากเมื่อเทียบกับคู่แข่งสำคัญในภูมิภาค เช่น อินเดีย (35 แห่ง) มาเลเซีย (16 แห่ง) และสิงคโปร์ (7 แห่ง) ในปี 2562 worldsbesthospitals.net จัดให้โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งของไทยเป็น 1 ใน 5 สถานพยาบาลดีที่สุดในโลกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้นิตยสาร CEOWORLD จัดให้ไทยเป็นประเทศที่มีระบบการรักษาพยาบาลดีที่สุดในโลกอันดับ 6 ของโลก รองจากไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซียและเดนมาร์ก ขณะที่ Numbeo ซึ่งเป็น website ที่มีฐานข้อมูลค่าครองชีพและระบบสาธารณสุขใหญ่ที่สุดในโลก จัดให้ไทยอยู่อันดับ 8 สำหรับประเทศที่มีระบบสาธารณสุขดีที่สุดในโลก (ณ มิถุนายน 2563)

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวหรือการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น นอกจากนี้ความปลอดภัยเป็นส่วนหนึ่งที่ทางจังหวัดได้มีมาตรการและกระตุ้นเพื่อความมั่นคงของการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ทั้งนี้ทางภาคของโรงพยาบาลเป็นส่วนหนึ่งในการให้การดูแล รักษา และสร้างความปลอดภัยในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตเป็นโรงพยาบาลลำดับต้น ๆ ของประเทศที่ให้บริการที่ดี และมีความหลากหลายต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการอีกด้วย ซึ่งความพร้อมในการดูแลรักษา ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ สถานที่ให้บริการ และอื่น ๆ ที่สามารถสร้างแรงดึงดูดให้แก่ผู้บริการอีกด้วย

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้บริการและปัจจัยต่าง ๆ จึงได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่เคยไปใช้บริการโรงพยาบาลต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งในจังหวัดภูเก็ตมีโรงพยาบาลเอกชน ทั้งหมด 3 แห่ง ประกอบด้วย โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลกรุงเทพสิริโรจน์ โรงพยาบาลดิบุก โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต ทำให้มีความสนใจศึกษาปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ตเพื่อนำมาตัดสินใจหรือแนะนำต่อการเข้าใช้บริการ และเพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการพัฒนาด้านคุณภาพและการให้บริการ รวมถึงเทคโนโลยีทางการแพทย์และปรับปรุงการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อใช้ในการแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงพยาบาลซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เป็นที่มาของการศึกษาตัวแปรในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้มีการปรับตัวเพื่อเพิ่มรายได้มากขึ้น ในขณะที่กระแสการดูแลสุขภาพส่งผลต่อรูปแบบการให้บริการของโรงพยาบาล

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการในการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือ

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ พื้นที่จังหวัดภูเก็ต
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งประชากรที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 4 โรงพยาบาล ประกอบด้วย โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลกรุงเทพสิริโรจน์ โรงพยาบาลดิบุก โรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา 1. การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสิทธิในการรักษาพยาบาล 2. ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ 3. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้แก่ ด้านการรักษาและบริการทางการแพทย์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2563 – กุมภาพันธ์ 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นการศึกษาเพื่อการวิเคราะห์ดำเนินการทางธุรกิจเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในตัดสินใจในสิ่งนั้น ๆ โดยมีผู้ให้แนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมี เพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจ ทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

นิติพล ภูตะ โขติ (2558) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ (Marketing Mix for Service Industry) หมายถึงกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ นอกจากนี้ยังนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคคล และสภาพทางกายภาพ ซึ่งเป็นเป็นกระบวนการจัดการของผู้ประกอบการในการดำเนินงานเพื่อกำหนดทางกลยุทธ์หรือการสร้างความพึงพอใจต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในสิ่งนั้น ๆ เพื่อให้การบริหารจัดการการค้าทางธุรกิจให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพการบริการ ของ (Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) และสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (2554) ให้แนวคิดทฤษฎี ได้แก่

1.ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) คือ สิ่งสัมผัสได้ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อาคาร สถานที่อุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ต่าง ๆ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้เข้ารับบริการรู้สึกถึงการดูแลเอาใจใส่และความตั้งใจบริการจากผู้ให้บริการ

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการตามที่ผู้รับบริการต้องการหรือที่ได้สัญญาไว้และควรเป็นไปได้ตามวัตถุประสงค์ของการบริการนั้น ได้อย่างถูกต้องภายในระยะเวลาที่เหมาะสมทำให้ผู้รับบริการสามารถไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ การตอบสนองในการให้บริการจากผู้ให้บริการอย่างไม่มีรีรอ ความพร้อมที่จะให้บริการให้แก่ผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็วโดยที่ผู้รับบริการใช้ระยะเวลาในการรอคอยไม่นาน และผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย

4.การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) คือ การรับประกันว่าผู้ให้บริการมีทักษะความรู้และความสามารถในการให้บริการ รวมทั้งมีจริยธรรมในการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมั่นใจได้ว่าการบริการมีความปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

5.ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) คือ การดูแลและให้บริการอย่างเอาใจใส่ มีความเข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้รับบริการ โดยเน้นการให้บริการและแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

วิระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ โดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้า เพื่อใช้บริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือภายในระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง ปฏิบัติหรือการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายหนึ่ง โดยเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้และไม่ทำให้เกิดมีความเป็นเจ้าของแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2550) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีก ฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำ หรือการปฏิบัติการ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถนำไปครอบครองได้

สรุป การบริการ หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่สามารถจับต้องได้หรือไม่สามารถจับต้องได้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตาม ความคาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวัง

บริบทของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

โรงพยาบาลเอกชนเกิดขึ้นมาเนื่องจาก โรงพยาบาลรัฐไม่สามารถ ให้บริการรักษาพยาบาลได้อย่างเพียงพอจากเดิมที่โรงพยาบาลเอกชนจะมีขนาดเล็ก บริหารแบบครอบครัวและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ แต่ ปัจจุบันได้มีการพัฒนาธุรกิจจนเป็นกิจการขนาดใหญ่บริหารแบบมืออาชีพ และได้รับมาตรฐานนานาชาติ (JCI) ส่งผลให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเป็นที่ยอมรับและมีทิศทางขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ชัยวัช ไขว้เจริญสุข ,2560)

ประวัติโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต

โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต หนึ่งในโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำในภูมิภาคเอเชียโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต ตั้งอยู่บนเกาะภูเก็ต ทางตอนใต้ของประเทศไทย ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของหาดป่าตอง สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ในจังหวัดภูเก็ต โรงพยาบาลเริ่มการก่อสร้างในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2536 และเปิดให้บริการเป็นครั้งแรกในวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2538 ในฐานะบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัทกรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน), บริษัท อนุญาท จำกัด และกลุ่มผู้ร่วมทุนท้องถิ่น รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 800 ล้านบาท

ด้วยวิสัยทัศน์และพันธกิจที่มุ่งเน้นการมอบสุขภาพที่ดีให้กับทุกคนโดยไม่เลือกเชื้อชาติและศาสนา ดังนั้นตลอดระยะเวลา 23 ปีที่ผ่านมา โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตจึงทุ่มเทที่จะถ่ายทอดแนวความคิดเรื่องการดูแลสุขภาพ และการตรวจสุขภาพเพื่อป้องกันโรครมาโดยตลอด ทางโรงพยาบาลได้จัดทำรายการตรวจสุขภาพที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้าทุกท่าน อาทิ แพ็กเกจตรวจสุขภาพพรีเมียมสำหรับผู้บริหาร และแพ็กเกจแวลู โกลด์ซึ่งเป็นการตรวจสุขภาพขั้นพื้นฐาน เหมาะสำหรับผู้ประชาชนทั่วไป รวมถึงมีการตรวจผลเลือด, การตรวจโดยเครื่องอัลตราซาวด์, การตรวจเอกซเรย์, เครื่องตรวจคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (MRI), เครื่องตรวจซีทีสแกน, การทดสอบบนลู่วิ่ง (TMT), การทดสอบการทำงานของปอด, การตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ, การตรวจพันธุกรรม และการทดสอบสายตา เป็นต้น

คณะแพทย์ของโรงพยาบาล เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ในด้านความเป็นผู้นำและเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจวินิจฉัยอาการ และการรักษาโรคให้กับผู้ป่วยทุกเพศทุกวัย ด้วยโรงพยาบาลตระหนักดีว่า การอบรมเป็นปัจจัยหลักของการเจริญเติบโตทางธุรกิจและการพัฒนาองค์กร จึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าทุกท่านว่า บุคลากรของโรงพยาบาลสามารถรักษาคุณภาพทางการแพทย์ในระดับแนวหน้าได้เป็นอย่างดี

ถึงอำนวยความสะดวกของโรงพยาบาล มีดังนี้ เตียงผู้ป่วยที่สามารถรองรับผู้ป่วยนอกได้ถึง 1,000 ราย และผู้ป่วยใน 200 ราย พร้อมด้วยศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง 23 ศูนย์ และห้องพักรักษาผู้ป่วย ห้องผ่าตัด จำนวน 5 ห้อง ห้องผู้ป่วยหนักจำนวน 11 ห้อง และห้องผู้ป่วยหนักโรคหัวใจจำนวน 8 ห้อง เพื่อรองรับการรักษาพยาบาลในระหว่างที่ท่านพักรักษาตัวอยู่ใน โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต

โรงพยาบาลและกลุ่มโรงพยาบาลในเครือโรงพยาบาลกรุงเทพ

กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ

กลุ่มโรงพยาบาลสมิติเวช

กลุ่มโรงพยาบาลพญาไท

กลุ่มโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล

โรงพยาบาลบีเอ็นเอช

Royal Phnom Penh Hospital (ประเทศกัมพูชา)

Royal Angkor International Hospital (ประเทศกัมพูชา)

เครือข่ายภาคใต้

โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต

โรงพยาบาลกรุงเทพหาดใหญ่

โรงพยาบาลกรุงเทพสิริโรจน์

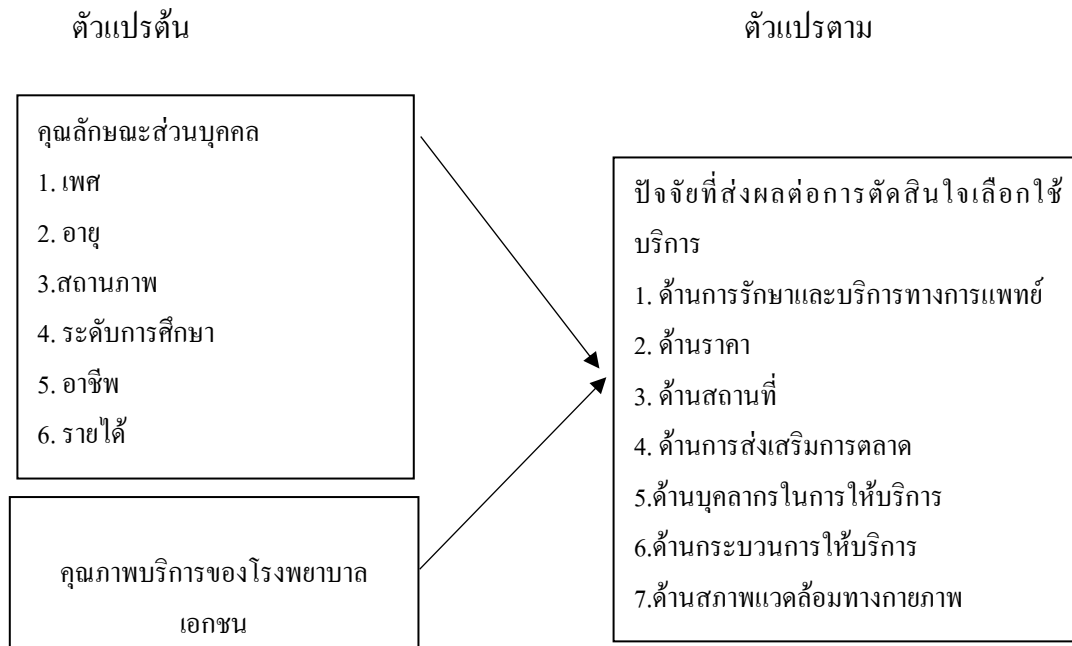
โรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์

โรงพยาบาลกรุงเทพสมุย

โรงพยาบาลดีบุก

ทางโรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ตได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากโรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำในจังหวัด และได้ริเริ่มจัดทำคลินิกภายนอกโรงพยาบาล ซึ่งในปัจจุบันมีอยู่ทั้งหมด 15 คลินิก ภายในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าท่านจะได้รับการบริการรักษาสุขภาพที่ดีที่สุด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) กับประชากรที่ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ การตรวจเครื่องมือในการวิจัยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอกรรมการที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญได้ทำการพิจารณาตรวจสอบ จำนวน 5 ท่าน และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษาจำนวน 40 คน โดยการนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item Analysis) หาความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธีของ Cronbach (1984) การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลทางสถิติ ด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ Independent Sample t test, และ One-way ANOVA หากพบความแตกต่างจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least significant difference) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติไค-สแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี สถานภาพโสด ศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 45,001-60,000 บาท การใช้สิทธิในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลเอกชน ด้านประกันสุขภาพ

ด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) ดังนี้ ผู้รับบริการได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมา การรับบริการมีความรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) และท่านได้รับการบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ น้อยที่สุด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) (โดยรวม)

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1.ด้านการรักษาและบริการทางการแพทย์	3.75	0.56	มาก	2
2.ด้านราคา	3.67	0.49	มาก	6
3.ด้านสถานที่	3.93	0.32	มาก	1
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70	0.45	มาก	5
5.ด้านบุคลากรในการให้บริการ	3.73	0.34	มาก	3
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	3.56	0.41	มาก	7
7.ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	3.72	0.41	มาก	4
รวม	3.72	0.15	มาก	

จากตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (โดยรวม) พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.72$) ซึ่งเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านสถานที่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมา ด้านการรักษาและบริการทางการแพทย์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) ด้านบุคลากรในการให้บริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) ด้านราคา ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) และด้านกระบวนการให้บริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$)

การทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ Independent Sample t test, และ One-way ANOVA)

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตาม

เพศ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ใน จังหวัดภูเก็ต	ชาย		หญิง		t	Sig
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.81	0.58	3.71	0.54	1.79	0.07
2. ด้านราคา (Price)	3.54	0.43	3.79	0.51	-5.26	0.00*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.01	0.39	3.87	0.25	4.26	0.00*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.64	0.49	3.76	0.41	-2.60	0.01*
5. ด้านบุคลากรในการให้บริการ (People)	3.69	0.38	3.68	0.33	.11	0.91
6. ด้านกระบวนการ (Process)	3.59	0.38	3.55	0.45	.83	0.41
7. ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.68	0.34	3.75	0.46	-1.80	0.07
รวม	3.71	0.14	3.73	0.15	-1.57	0.12

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต ที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Chi-Square)

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	คุณภาพการบริการ		รวม
	ระดับปานกลาง	ระดับมาก	
ระดับปานกลาง	0 0.00%	33 8.25%	33 8.25%
ระดับมาก	111 27.75%	265 64.00%	367 91.75%
รวม	111 27.75%	289 72.25%	400 100.0%

Chi-square = 13.814 Sig. 0.00

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต พบว่า $\text{Chi-Square} = 13.814$ $\text{Sig} = 0.00$ แสดงว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนา รัตนาค.(2556) พบว่า 1. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร คือความถี่ในการใช้บริการ ระหว่าง 2-4 ครั้ง วัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อรักษาโรคทั่วไป เงินที่ใช้ในการรับ บริการอยู่ระหว่าง 1,001-3,000 บาท ส่วนใหญ่ครอบครัวเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ และให้เหตุผลที่เข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนมาจากชื่อเสียงของ โรงพยาบาลมาก มีผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายคือ ตัวผู้ป่วยเองหรือครอบครัว 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ด้านสถานที่บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ส่วนประสมทางด้านราคาและด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนนพภา สุวศิษฏ (2554) ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2. สิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก3. ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกันแต่ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีอายุ ระดับ การศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4. ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5. ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาด โดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัด

ชลบุรี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .057. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

- 1.ควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านพฤติกรรมของการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
- 2.ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องมากยิ่งขึ้น ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- 3.ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจากโดยทั่วๆไป การบริการของ โรงพยาบาลเอกชนล้วนมีการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มก็ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและตัวเลือกที่สามารถทดแทนได้ นอกจากนี้ กระบวนการทางสภาพแวดล้อมภายนอกโดยรวมถือว่าดี และเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการบริการของ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต
- 2.ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางของ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดภูเก็ต

เอกสารอ้างอิง

- กรองแก้ว อยู่สุข. (2550). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2547). *หลักการจัดการ : องค์กรและการจัดการแนวคิดการบริหารธุรกิจ ในสถานการณ์ปัจจุบัน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิตาภา วรรณภรณ์. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาติวานนท์ กระทรวงสาธารณสุข*. สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชัยวัช โข้วเจริญสุข. (2560). *ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน*. สำนักวิจัยธุรกิจ สายงานบริหารความเสี่ยง
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- ช่อดาว เมืองพรม.(2562).ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพของโรงพยาบาลธนบุรี. *สารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม พุทธศักราช 2562*
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- _____.(2558). *ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ*. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปยุตภา พวงทับทิม (2560). คุณภาพการบริการและความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. *งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- บทวิเคราะห์ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2563). *แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมไทย.*
- วีระพงษ์ เถลิณจิระรัตน์. (2553). *คุณภาพในงานบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดีด.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2550). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วุฒิชัย จ้านงค์. (2523). *พฤติกรรมการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล. (2554). คุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลทั่วไปของรัฐบาลในเขต จังหวัดปทุมธานี.” *การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และ วิมลสิริ ราษฎร์ศิริ.(2560). ปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *บทความมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะศาสตร์*. (กันยายน-ธันวาคม 2560).
- สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (2554). คุณภาพการบริการ. ค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.tpa.or.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2558). *รายงานผลเบื้องต้น สำมะโนการเกษตร พ.ศ. 2556* กรุงเทพฯ: บางกอกบลิ๊อค.
- สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2558).การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร.*การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2556*
- อตุลย์จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Barnard, C. I. (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Douglas, C.M. (2007). *Design and Analysis of Experiments (6th ed.)*. New York: John Willey & Sons Inc.
- Gibson & Ivancevich. (1970). *Organization Behavior Structure Process (3 rd ed.)*. Texas : Business Publication, Inc.
- Kotler. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9 th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.
- _____. (2010). *Marketing management (The Millennium ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Moody Paul.(1963). *Decision Making : Proven Methods for Better Decision*. Singapore : McGraw – Hill Book Company, 1983.
- Parasuraman, Ziethaml & Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, pp. 41 - 50
- Simon. (1960).*The New Science of Management Decision*. New York: Harper & Row