



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

การเปิดรับข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพ การให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ศิริวรรณ อุดมเวชภัณฑ์¹, ชุตติมาวดี ทองจีน¹

¹ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากผู้ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ และด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร, ส่วนประสมการตลาดบริการ, คุณภาพการบริการ, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

Media Exposure, Service Marketing Mix, and Service Quality Affect to Decision Making to Use Service of Large Private Hospital in Nonthaburi Province

Siriwan Udomvachaphun¹, ChutimavadeeThongjeen¹

¹Management Department, School of Business Administration, Bangkok University

ABSTRACT

The objective of this quantitative research is to study factors affecting the decision making to use service of large private hospital in Nonthaburi province. The samples were select from 400 customers of large private hospital in Nonthaburi province using convenience sampling method. The statistics used for the data analysis comprising of frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results show that media exposure, service marketing mix, and decision making to use service are at high level while service quality is at the highest level. From the hypotheses testing, the results found that service marketing mix and service quality influenced the decision making to use service of large private hospital in Nonthaburi province at the statistically significant level of 0.05.

Keywords : Media Exposure, Service Marketing Mix, Service Quality, Decision Making to Use Service, Large Private Hospital



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี ทำให้การสื่อสารเป็นไปแบบไร้พรมแดนและมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสารเป็นอย่างมาก ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจโรงพยาบาล ที่สามารถพบเห็นได้มากขึ้นว่า ธุรกิจโรงพยาบาลต่างนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการติดต่อที่สะดวกและง่ายขึ้นมาใช้กับองค์กรเพื่อสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าได้รู้จักองค์กรหรือการบริการของตนเองได้มากยิ่งขึ้น เช่น Website, Social Media, Facebook, และ Twitter เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสื่อประเภทอื่น ที่ทางโรงพยาบาลใช้ควบคู่กันไป เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุดทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และเข้าถึงโรงพยาบาลได้ง่ายขึ้น ประกอบกับปัจจุบันผู้คนมีความใส่ใจและตระหนักถึงเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น จึงทำให้มีการหาข้อมูลและติดตามข่าวสารด้านสุขภาพกันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเรื่องที่ตนเองสนใจไม่ว่าจะเป็นการป้องกันโรคหรือการดูแลรักษาตัวเอง เพื่อให้มีสุขภาพที่แข็งแรงยิ่งขึ้น

ธุรกิจโรงพยาบาลมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพของทุกคน ประกอบกับทุกวันนี้สภาพอากาศที่แปรปรวนหรือเชื้อโรคต่างๆ ก็ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ต้องตระหนักถึงปัญหาด้านสุขภาพกันให้มากยิ่งขึ้นแต่ก่อนโรงพยาบาลเอกชนยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากมีค่ารักษาพยาบาลที่ค่อนข้างสูง แต่ปัจจุบันด้วยสภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ที่กำลังทรัพย์หรือมีสิทธิประโยชน์ในการเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ หันมาใช้บริการกับโรงพยาบาลเอกชนกันมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองทั้งด้านระยะเวลา

ที่ทุกคนต่างเร่งรีบและคุณภาพ การให้บริการที่จะได้รับมากกว่าโรงพยาบาลของรัฐบาล

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน จัดเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคบริการและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เนื่องจากความโดดเด่นทางด้านการแพทย์และคุณภาพการให้บริการในระดับมาตรฐานสากล อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากภาครัฐที่ต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย หรือ Medical Hub of Asia จึงทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีการปรับตัวทั้งด้านคุณภาพการให้บริการและกลยุทธ์การตลาด ส่งผลให้เกิดรายได้มากขึ้นและเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศอย่างมหาศาล อีกทั้งธุรกิจนี้ยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยสะท้อนจากค่ารักษาพยาบาลภาคเอกชนในปี 2555 ที่มีมากกว่า 4.02 แสนล้านบาท หรือ ขยายตัวกว่าร้อยละ 8.52 เมื่อเทียบกับปี 2554 ที่ผ่านมา (ชัยวัช โขวเจริญสุข, 2556) ซึ่งสอดคล้องกับบทความของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) ที่คาดว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ยังคงมีทิศทางการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ตามทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของรายได้ผู้บริโภค และการเติบโตของกลุ่มคนใช้ชาวต่างชาติ ทั้งที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) และกลุ่มพนักงานชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย (Expatriate หรือ EXPAT)

จากการสืบค้นจาก www.thcc.or.th เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2559 ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ระบุว่า ในประเทศไทยมีโรงพยาบาลเอกชนทั้งสิ้น 347 แห่ง ซึ่งในจำนวนนี้มีโรงพยาบาลเอกชนที่อยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 103 แห่ง นั้นหมายความว่า โรงพยาบาล



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

เอกชนส่วนใหญ่ กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นหลัก

จากเหตุผลข้างต้น จะเห็นว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีการแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร โดยต่างมุ่งเน้นด้านคุณภาพการให้บริการ คณะแพทย์ผู้ให้การรักษารวมไปถึงอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย อีกทั้งกลยุทธ์ด้านการตลาด การสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จัก เป็นสิ่งที่จะช่วยดึงดูดและสร้างความสนใจให้กับผู้รับบริการให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลของตนมากขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี โดยมีเป้าหมายเพื่อให้โรงพยาบาล องค์กรหรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้นำผลการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาด้านการสื่อสาร อันจะส่งผลให้ลูกค้าได้เกิดการรับรู้และสามารถเข้าถึงองค์กรได้มากขึ้นและง่ายขึ้น รวมถึงสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการคิดกลยุทธ์ ยุทธศาสตร์การแข่งขันและพัฒนาด้านคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จะส่งผลให้การบริการมีศักยภาพและเป็นที่ประทับใจแก่ผู้รับบริการ อีกทั้งยังสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี ให้เทียบเท่ากับโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ที่ได้รับการยอมรับหรือมีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการและเพื่อเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งของชาวต่างชาติที่จะเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเปิดรับข่าวสาร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี
4. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

แนวความคิดและทฤษฎี

1. การเปิดรับข่าวสาร

Klapper (1960) อ้างใน สถาพร สิงหะ (2556) ได้ระบุว่า การเปิดรับข่าวสารหรือกระบวนการเลือกรับข่าวสารนั้น จะเปรียบเหมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของบุคคล ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.1 การเปิดรับ (Selective Exposure)
- 1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)
- 1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)
- 1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention)

2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจจะใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ลูกค้า เครื่องมือดังกล่าว คือ ส่วนประกอบที่เป็นปัจจัยในการวางแผนการตลาด กรณีเป็นสินค้าจะมีส่วนประสม 4 ส่วน คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย (Promotion) แต่สำหรับงานบริการจะมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป เนื่องจากในธุรกิจบริการนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการหรือผู้บริโภคในระดับที่ลึกซึ้งกว่า ดังนั้นในธุรกิจบริการจึงต้องมีส่วนประสมเพิ่มอีก 3 ส่วน คือ ผู้ให้บริการ (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสภาพแวดล้อมในการให้บริการ (Physical Evidence) เพื่อสร้างความพึงพอใจอันสูงสุดให้กับลูกค้า (ฉลองศรี พิลลสมพงษ์, 2542 อ้างในสิริภา กิจประพทธีกุล, 2556)

3. คุณภาพการบริการ

กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัทธยา มาลือศรี และ ปารรณนา ปุณณกิติเกษม (2554) ได้กล่าวว่า คุณภาพในการบริการ มีการให้คำนิยามและสร้างแบบจำลองเป็นงานวิจัยไว้หลายชิ้นด้วยกัน แบบจำลองหนึ่งที่เป็นที่นิยมและมีความเหมาะสมกับการบริการ คือ Gap Model หรือ SERVQUAL โดย Parasuraman et al. (1985) จะพิจารณาสองส่วนที่แตกต่างกัน คือ ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) และการรับรู้ที่ลูกค้าได้รับ (Customer Perception) โดยความคาดหวังของลูกค้า คือ ความต้องการที่ลูกค้ารู้สึกว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ ส่วนการรับรู้ หมายถึง การประเมินหรือตัดสินผู้ให้บริการจากการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยคุณภาพการบริการจะมีค่าสูงหรือต่ำ ขึ้นอยู่กับผู้รับบริการประเมินการรับรู้บริการที่ได้รับจริงว่าตรงกับที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าคะแนนการรับรู้มากกว่าหรือเท่ากับคะแนนความคาดหวัง จะหมายถึง ผู้รับบริการมี

ความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าคะแนนการรับรู้ต่ำกว่าคะแนนความคาดหวัง จะหมายถึง ผู้รับบริการไม่พึงพอใจในบริการที่ได้รับ สำหรับแบบจำลอง SERVQUAL ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพ ดังนี้

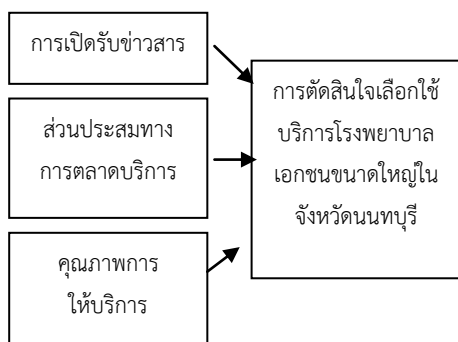
- 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)
- 2) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)
- 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)
- 4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)
- 5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม ปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538)

- 4.1 การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)
- 4.2 การค้นหาข้อมูล (Search)
- 4.3 การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ (Evaluation of Alternatives)
- 4.4 การซื้อ (Purchase)
- 4.5 การประเมินผลหลังการซื้อ (Post purchase Evaluation)



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคือผู้ที่เคยเข้าใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดนนทบุรี และตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ที่เคยเข้าใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี ทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุ 20 ปี ขึ้นไป โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณจำนวนตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (อานินทร์ ศิลป์จารุ,

2557) และเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตามสถานพยาบาลที่เป็นโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ 6 แห่ง ในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ โรงพยาบาล เอ บี ซี ดี อี เอฟ และสถานที่ใกล้เคียง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ แบบสอบถามจากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นทดลองแจกจำนวน 40 ชุดเพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น ใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามมากกว่า 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (พรณี ลีกิจวัฒนะ, 2553)

3. การวิเคราะห์ทางสถิติ

วิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการพรรณนาข้อมูลและใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัย

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (64.5%) อายุระหว่าง 31 – 40 ปี (49.5%) สถานภาพสมรส (52.3%) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (54.8%) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (52.3%) รายได้ 15,000 – 30,000 บาท (30.5%) จำนวนครั้งที่



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

เข้ารับบริการ คือ 2 – 5 ครั้งต่อปี(45.3%) และ
ตัดสินใจเข้ารับบริการด้วยตนเอง (64.5%)

ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน
ขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารโดยรวม
อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม
4.02 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.766
เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุด คือ การรับรู้ว่าจะได้รับบริการที่ดีจากการ
เข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลเอกชน มีค่าเฉลี่ย
4.44 รองลงมา คือ ความประทับใจที่ได้รับจาก
การเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลเอกชน มีค่าเฉลี่ย
4.26 และการรับรู้ว่าโรงพยาบาลเอกชนมีเครื่องมือ
ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการรักษา
มีค่าเฉลี่ย 4.17 ตามลำดับในขณะที่ความสนใจใน
การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโรงพยาบาลและ
บริการทางการแพทย์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 3.55

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
บริการโดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก
โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานรวม 0.870 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการด้วย
ความรวดเร็ว แต่ละขั้นตอนรอไม่นาน มีค่าเฉลี่ย
4.37 รองลงมา คือ โรงพยาบาลมีสภาพแวดล้อม
ที่ดี สะอาด ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.31 และ
โรงพยาบาลตั้งอยู่ใกล้กับที่ทำงานหรือบ้านกับข้อ
เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์สะอาดและ
ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.26 ตามลำดับ
ในขณะที่การมีส่วนลดหรือผ่อนจ่าย จากการชำระ
ด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 3.67

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน
ขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวม
อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย
รวม 4.23 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม
0.827 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์
ทันสมัย สะอาดและพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.35
รองลงมา คือ บุคลากรมีความพร้อม เต็มใจและ
กระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.34
และแพทย์อธิบายผลการตรวจและการรักษาให้
เข้าใจและไม่รีบร้อนกับข้อการบริการมีมาตรฐาน
อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.28 ตามลำดับ
ในขณะที่บุคลากรของโรงพยาบาลไม่เลือกปฏิบัติ
บริการทุกคนเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 4.05

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล
เอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล
เอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรีโดยรวม
อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม
4.07 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม 0.881
เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุด คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการจาก
โรงพยาบาลเอกชน เพราะต้องการได้รับการรักษา
ที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา คือ การตัดสินใจ
เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ใกล้บ้านหรือ
ที่ทำงานเป็นหลัก เนื่องจากเดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ย
4.32 และการตัดสินใจเลือกใช้บริการจาก
โรงพยาบาลเอกชน เพราะมั่นใจว่าจะได้รับ
การรักษาที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ ในขณะที่
การตัดสินใจเลือกใช้บริการจากโรงพยาบาล
เอกชนที่มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลด



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

หรือแพ็คเคจการตรวจร่างกาย มีค่าเฉลี่ย
น้อยที่สุด คือ 3.71

อิทธิพลของการเปิดรับข่าวสาร ส่วนประสม
ทางการตลาดบริการ และคุณภาพการให้บริการที่
ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล
เอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สมการ
ถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของ
การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple
Regression Analysis) ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ใน
จังหวัดนนทบุรีพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทาง
การตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพ
การให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัด
นนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อ
พิจารณาจากค่า Significance ที่มีค่า 0.000
ในขณะที่ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสาร ไม่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพการ
ให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig
การเปิดรับข่าวสาร	0.04	0.04	1.21	0.23
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	0.31	0.31	6.26	.000*
คุณภาพการให้บริการ	0.41	0.44	8.87	.000*

$R^2 = .497$, Adjust $R^2 = .494$, $F = 130.638$, $P < 0.05$

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ
เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ส่วนประสมทาง
การตลาดบริการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล
เอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี สามารถ
เขียนเป็นสมการได้ดังต่อไปนี้

$\hat{Y}$ (การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล
เอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี) = $89 + (.04)$
(การเปิดรับข่าวสาร) + $(.31)$ (ส่วนประสมทาง
การตลาดบริการ) + $(.41)$ (คุณภาพการให้บริการ)

เมื่อพิจารณาจากค่า Beta ที่แสดงถึง
ระดับของผลกระทบของปัจจัยอิสระ ที่มีอิทธิพล
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน
ขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยด้าน
คุณภาพการให้บริการ (Beta = .444) มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจมากที่สุด และปัจจัยด้าน
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Beta = .314)
เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรองลงมา

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด
(R Square = .497) พบว่า การเปิดรับข่าวสาร
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพ
การให้บริการ คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี
คิดเป็นร้อยละ 49.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
($F = 130$, level of significant '000) ส่วนที่
เหลือ ร้อยละ 50.3 จะเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้
กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง
การตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ที่ $t = 6.263$ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ $t = 8.869$

สรุปผลจากการวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

1. จากการสรุปความคิดเห็นในส่วนข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 10 ชุด จากแบบสอบถาม 400 ชุดนั้น พบว่า 1) ความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ว่า เมื่อใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จะได้รับการบริการที่รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โรงพยาบาลเอกชนให้บริการด้วยความรวดเร็ว แต่ละขั้นตอนรอไม่นาน และ 2) ความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ว่า โรงพยาบาลเอกชนมีเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการรักษา ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์ทันสมัย สะอาดและพร้อมใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมนวรรณ มั่นมาก และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ซึ่งสรุปงานวิจัยไว้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ด้านการเปิดรับข่าวสาร จากผลการศึกษาพบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด คือ การรับรู้ว่าจะได้รับบริการที่ดีจากการเข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลเอกชน รองลงมา คือ ความประทับใจที่ได้รับจากการเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลเอกชน และการรับรู้ถึงโรงพยาบาลเอกชนมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการรักษาตามลำดับ ในทางตรงกันข้าม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของจากรุณี แสงทับทิม (2550) เรื่อง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ: กรณีศึกษาผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ ซึ่งสรุปงานวิจัยไว้ว่า หากผู้รับบริการมีการรับรู้เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์มากเท่าไร จะทำให้มีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้มากขึ้นไปด้วย

3. ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการด้วยความรวดเร็ว แต่ละขั้นตอนรอไม่นานด้านโรงพยาบาลมีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด ปลอดภัย และด้านโรงพยาบาลตั้งอยู่ใกล้กับที่ทำงานหรือบ้านกับข้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์สะอาดและทันสมัยซึ่งมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเท่ากันตามลำดับ จากผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ซึ่งอธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งผู้ให้บริการหรือองค์กรสามารถนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อตอบสนอง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ความต้องการและสร้างความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมายได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของธนพภา สุวณิชช์ (2554) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดชลบุรี ซึ่งสรุปงานวิจัยไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรายด้านพบว่าความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรีโดยรวมของแต่ละด้านพบว่า 5 ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่การบริการราคาสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายบุคลากรและกระบวนการให้บริการ ความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรีโดยรวมของแต่ละด้านพบว่า 2 ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ

4. ด้านคุณภาพการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาจากค่า Beta จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นในด้านคุณภาพการให้บริการที่สูงที่สุด เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด คือ เครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์ทันสมัยสะอาดและพร้อมใช้งาน รองลงมา คือ บุคลากรมีความพร้อม เต็มใจและกระตือรือร้นในการ

ให้บริการ และแพทย์อธิบายผลการตรวจและการรักษาให้เข้าใจและไม่รีบร้อนกับข้อการบริการมีมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากันตามลำดับ จากผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ฟิลิป. (2540) ซึ่งอธิบายว่า ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวมาจากประสบการณ์เดิมของผู้รับบริการ โดยเป็นการเปรียบเทียบสิ่งที่ตนได้รับกับสิ่งที่ตนคาดหวังไว้ หากผลของการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะไม่พึงพอใจและจะไม่กลับมาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้าม หากผลของการบริการที่ได้รับจริงมากกว่าที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจประทับใจ และจะกลับมาใช้บริการอีก และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et al. (1985) ที่กล่าวว่า คุณภาพในการบริการจะพิจารณาสองส่วนที่แตกต่างกัน คือ ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) และการรับรู้ที่ลูกค้าได้รับ (Customer Perception) โดยความคาดหวังของลูกค้า คือ ความต้องการที่ลูกค้ารู้สึกว่าจะควรจะได้รับจากผู้ให้บริการ โดยการประเมินการรับรู้ที่ได้รับจริงว่าตรงกับที่คาดหวังไว้หรือไม่ โดยผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพบริการด้วยแบบจำลอง SERVQUAL นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของสิริกาญจน์กมลปิยะพัฒน์ (2556) ซึ่งสรุปผลการวิจัยไว้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและการประกันสุขภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

5. ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยเหตุผลที่สำคัญ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

3 ข้อแรก คือ 1) เพราะต้องการได้รับการรักษาที่รวดเร็ว 2) เพราะใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ทำให้เดินทางสะดวก 3) เพราะมั่นใจว่าจะได้รับการรักษาที่ดี ตามลำดับ จากผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของบุษกร คำคง (2542) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจคือการใช้ข้อมูลความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ที่กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมนั้น ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) การค้นหาข้อมูล (Search) การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase) และการประเมินผลหลังการซื้อ (Post purchase Evaluation) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของจันทนารักษ์นาค (2554) ซึ่งสรุปผลการวิจัยไว้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการ โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพอย่างไรก็ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้

15,000 – 30,000 บ. จำนวนครั้งที่เข้ารับบริการ คือ 2 – 5 ครั้งต่อปี และตัดสินใจด้วยตนเองในการเข้ารับบริการผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดนนทบุรี สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปทำการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อดำเนินการทางการตลาดต่อไป เช่น การนำข้อมูลไปทำการส่งเสริมการขาย การตั้งราคา และการจัดแพ็คเกจการรักษาพยาบาลให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายมากยิ่งขึ้นเพื่อการเพิ่มจำนวนลูกค้าและกำไรให้กับโรงพยาบาลต่อไป

2. จากผลการศึกษาด้านการเปิดรับข่าวสาร พบว่า ความคิดเห็นที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในด้านการเปิดรับข่าวสารต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรี คือการรับรู้ว่าจะได้รับบริการที่ดีจากการเข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลเอกชน ดังนั้น ผู้ประกอบการด้านโรงพยาบาลจึงควรรักษาระดับการให้บริการที่มีอยู่ให้ดีและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป ด้วยการพัฒนาคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Empathy) อันจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในบริการและเกิดเป็นการรับรู้และจดจำจนเกิดเป็นความเชื่อว่าจะได้รับการบริการหรือการรักษาที่ดี หากเข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่

3. จากผลการศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่าความคิดเห็นที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

เอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี คือ ด้านการให้บริการด้วยความรวดเร็ว แต่ละขั้นตอนรอไม่นาน ดังนั้น ผู้ประกอบการด้านโรงพยาบาลจึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องระยะเวลาในการให้บริการกับทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนการนัดหมาย ขั้นตอนการลงทะเบียน ขั้นตอนการรอพบแพทย์ ขั้นตอนการพบแพทย์ ขั้นตอนการชำระเงิน รวมถึงขั้นตอนการรับยา เป็นต้น ซึ่งปัจจุบัน ความทันสมัยในด้านคอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการต่าง ๆ สามารถช่วยลดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนได้เป็นอย่างดี เว้นแต่ขั้นตอนที่เป็นบุคลากรเป็นผู้ดำเนินการโดยไม่มีระบบเข้ามาเกี่ยวข้อง อันได้แก่ ขั้นตอนการพบแพทย์ ที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะทาง ที่ไม่สามารถใช้ระบบใดมาทดแทนแพทย์เพื่อวินิจฉัยโรคได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรลงทุนกับระบบอัตโนมัติต่าง ๆ ที่จะช่วยลดระยะเวลาแต่ละขั้นตอนลงได้ เช่น เครื่องช่วยจัดยา เป็นต้น นอกจากนี้หากเกิดเหตุสุดวิสัยภายในโรงพยาบาลที่กระทบต่อระยะเวลาการรอคอย ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรมาคอยให้ข้อมูลถึงสถานการณ์หรือแจ้งให้ผู้รับบริการทราบว่าต้องรอคอยเป็นเวลานานเท่าใด ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ได้ถึงความใส่ใจในการให้บริการของบุคลากรของโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังจะช่วยให้ผู้รับบริการสามารถประเมินสถานการณ์ของตนเองว่าจะรอคอยต่อไปหรือจะไปทำธุระที่ไหนก่อน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด

4. จากผลการศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการพบว่าความคิดเห็นที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในด้านคุณภาพการให้บริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี คือ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์ทันสมัย สะอาดและพร้อมใช้งาน

ดังนั้น ผู้ประกอบการด้านโรงพยาบาลจึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัย สะอาดและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ รวมถึงความเพียงพอต่อการให้บริการกับจำนวน ผู้มารับบริการในโรงพยาบาลด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจให้ความสำคัญกับการลงทุนในเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย เพื่อเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีการแพทย์ ความทันสมัยและความพร้อมในด้านอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ ซึ่งจะสร้างจุดเด่นให้กับธุรกิจที่ผู้รับบริการจะต้องนึกถึงเป็นโรงพยาบาลอันดับต้น ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงการสรรหาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยต่าง ๆ เหล่านี้ได้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการว่าจะได้รับการตรวจรักษาที่ถูกต้อง อันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาลและยังเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนอีกด้วย

5. แนะนำให้ทำการศึกษาต่อกับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มอื่น ๆ ในสถานที่ที่แตกต่างกัน เช่น 1) เลือกศึกษาโดยเจาะจงโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ ซึ่งผู้รับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำอาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากผู้รับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนทั่วไป เนื่องจากผู้รับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ น่าจะเป็นผู้ที่มีฐานะทางการเงินที่ดีและมีความพร้อมในการรักษา มากกว่า 2) เลือกศึกษาโรงพยาบาลเฉพาะทาง เช่น โรงพยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญด้านการรักษาตา โรงพยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญด้านการศัลยกรรม โรงพยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญด้านทรวงอก เป็นต้น เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรกับโรงพยาบาลเอกชนทั่วไป 3) เลือกศึกษาประชากร



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ในจังหวัดอื่น ที่ยังไม่เคยมีการศึกษามาก่อน เพื่อจะได้ทราบผลการศึกษา ประเมินคุณภาพ และเปรียบเทียบผลการศึกษาของแต่ละจังหวัด ได้ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

6. แนะนำให้ทำการศึกษาตัวแปรอิสระในปัจจุบันอื่นๆเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เพื่อให้งานวิจัยกว้างขวางและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

References

- Bureau of Policy & Strategy, Permanent Secretary Office, Ministry of Public Health. (2016). **Department Code for Health Service**. Search from www.thcc.or.th.
- Damkong, B. (1999). **Some Factors Involve with Capability To Be Reasonable Think of Pathomsuksa 6, Mathayomsuksa 3 & Mathayomsuksa 6 in Muang District, Sonkla Province**. Dissertation for Master Degree, Srinakharinwirot University Prasarnmit Campus.
- Kamolpiyapat, S. (2013). **Decision to Use Service of Private Hospital in Bangkok**. Independent Study for Master Degree, Bangkok University.
- Kasikomthai Research Center. (2015). **Private Hospital Year 2015 Market Value More Than Hundred Thousand Million Bahts**. Search from <https://www.kasikomresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33653>.
- Kitpraprutkul, S. (2013). **Service Marketing Mix, Attitude & Motivation to Travel towards Decision to Travel in Korea of Thai Tourists in Bangkok**. Independent Study for Master Degree, Bangkok University.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis Planning Operation & Control** (1sted). Bangkok: Kuekhang.
- Leekitwattana, P. (2010). **Research Method in Education**. (6thed). Bangkok: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.
- Leelatapin, K, Maluesri, P., & Punnakitikasem, P. (2011). **Service Quality Evaluation of Public Hospitals in Bangkok with SERVQUAL**. **Research & Development**. 4(34), 443-456.
- Munmak, K. & Kongsawadikiat, K. (2013). **Service Quality towards Decision to Use Service of Private Hospital in Bangkok Metropolitan**. **Finance Investment Marketing & Business Administration**. 3(1), 256-274.



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41- 50.
- Raknak, J. (2011). **Marketing Factors Influence to Decision to Use Service of Large Private Hospital in Bangkok**. Independent Study for Master Degree, Panyapiwat Institute of Management
- Saengtuptim, J. (2007). **Media Exposure from Public Relations of Bangkok Heart Hospital with Perception and Decision to Use Service of Bangkok Heart Hospital: Case Study of Customers of Outpatient Department, Bangkok Heart Hospital**. Master Degree of Journalism & Mass Communication, Thammasat University.
- Serirut, S. (1995). **Consumer Behavior**. Bangkok: Thai Wattanapanich.
- Serirut, S., Luksitanon, P. &Serirut, S. (1998). **Consumer Behavior**. Bangkok: Teerafilm&Sitech.
- Serirut, S., Luksitanon, P., Serirut, S. &Patavanich, O. (1995). **Modern Marketing Management**. Bangkok: Pattanasuksa.
- Showcharoensuk, C. (2013). **Private Hospital Business**. Search from <http://www.lhbank.co.th/content/upload/documents/-8588184995420837808%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%8A%E0%B8%99.pdf>
- Silpjaru, T., (2014). **Research & Statistical Analysis with SPSS & AMOS**. (15th ed). Nonthaburi: S. R. Printing Mass Product.
- Singha, S. (2013). **Media Exposure, Usage, & Satisfaction for Decision to Travel for Diving of Thai Divers**. Independent Study for Master Degree, Bangkok University.
- Suwadit, T. (2011). **Marketing Mix & Marketing Environment Influence to Behavior to Choose Service of Private Hospital in Chonburi Province**. *SahasatSripathumChonburi*. 1(3), 62-71.