

การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่

A study of satisfaction in using private hospital services of working people in Chiang Mai

ศิวาลักษณ์ ปันยะ

บทคัดย่อ

มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ส่วนมากมีอายุระหว่าง 31-40 ปีขึ้นไป สถานภาพโสดและสมรส ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนมาก จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ประสบการณ์การเข้ามาใช้บริการ 6 เดือน - 2 ปี ใช้สิทธิการรักษาส่วนใหญ่ ประกันกลุ่ม/สวัสดิการพนักงาน โดยส่วนใหญ่เข้ารับการรักษารอคิวทั่วไป ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.17$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ยกเว้นด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสิทธิการรักษาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการ โรงพยาบาลเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 0.01 และ 0.05 และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนระดับปานกลาง ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน และคนวัยทำงาน

ABSTRACT

The purpose of this to study the satisfaction in using the services of private hospitals working age people in Chiang Mai. and study the factors that affects the satisfaction of using private hospital services. The research sample consisted of 400 working age people in Chiang Mai, selected by accidental sampling. The instrument used for data collection was a questionnaire. The results showed that. The majority of the samples females, 31-40 years old, the single and Married status, Most education levels Graduated with a bachelor's degree, most of the careers are Private company employees / Employees, with a monthly income

of 15,001-25,000 baht, Experience in using the service 6 months - 2 years, most group insurance / staff welfare of illnesses treated. Most of the general diseases. Marketing mix factors, that affects the satisfaction of using private hospital services of working people in Chiang Mai. The overall picture is in the high level ($M = 4.17$) and when considered in each aspect, it is found that at a high level in all aspects, except for the price that is at a medium level, The majority of the samples Satisfaction with the use of private hospitals of working people in Chiang Mai In overall and in each level, at a high level, The majority of the samples with age, education, occupation, monthly income and different treatment rights. There is satisfaction in the private hospital is different with statistical significance at the level of 0.00 0.01 and 0.05 and marketing mix factors there is a moderate level of positive correlation with satisfaction of the use of private hospitals with statistical significance of 0.01

Keywords: Satisfaction, Using the service, Private hospital and working people

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โรงพยาบาลเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทุกคนต้องการ ตั้งแต่การเกิด การรักษาโรคมะเร็งไข้ได้ป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ก็มักจะต้องไปที่โรงพยาบาล แต่ด้วยจำนวนประชากรที่มากขึ้นปริมาณโรคอุบัติใหม่ที่เพิ่มขึ้น และการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ทำให้ความต้องการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น โรงพยาบาลมีมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันมีหน่วยงานบริการสุขภาพทั่วประเทศจำนวน 38,512 แห่ง แบ่งเป็นหน่วยบริการสุขภาพของรัฐ 35% และหน่วยบริการสุขภาพของเอกชน 65% โดยพบว่าจำนวนผู้ป่วยที่ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนและสถานบริการเอกชนทั่วประเทศในปี 2559 สูงถึง 61.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ถึง 33% ซึ่งเป็นผู้ป่วยนอก 95% และผู้ป่วยใน 5% สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายสุขภาพต่อค่าใช้จ่ายครัวเรือน ทั้งหมดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2561 มีค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพฯ สูงถึง 388,954 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศไทยมีประชากรราว 1.76 ล้านคน มากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ 2 และโรงพยาบาลในเชียงใหม่ สามารถจำแนกโรงพยาบาลเป็นโรงพยาบาลภาครัฐและโรงพยาบาลภาคเอกชน

โรงพยาบาลภาคเอกชนเป็นโรงพยาบาลที่จัดตั้งโดยเอกชน มีทั้งที่เป็นบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัดด้วย โรงพยาบาลเอกชนบางแห่งเป็นโรงพยาบาลเฉพาะด้าน เช่น โรงพยาบาลทางด้านโรคตา โรงพยาบาลทันตกรรม เป็นต้น โดยโรงพยาบาลเอกชนในเชียงใหม่ประกอบด้วย โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม โรงพยาบาลแมคคอร์มิค โรงพยาบาลเชียงใหม่ไคล์หม่อ โรงพยาบาลกรุงเทพเชียงใหม่ โรงพยาบาลเซนต์รูดเมโมเรียล โรงพยาบาลเชียงใหม่เมดิคอล โรงพยาบาลลานนา โรงพยาบาลเทพปัญญา โรงพยาบาลช้างเผือก

โรงพยาบาลราชเวช โรงพยาบาลเชียงใหม่ฮอสพิทอล (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2559) ปัจจุบันมีแนวโน้มของผู้ป่วยและโรคที่พบมากขึ้นในปัจจุบันคือ เช่น โรคหัวใจ โรคทางสมอง โรคมะเร็ง, เบาหวาน, ความดัน เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการคัดสรรกรรมเสริมความงามที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จึงส่งผลให้โรงพยาบาลภาครัฐมีจำนวนคนไข้มากขึ้น จนเกิดทำให้สิ้นโรงพยาบาล ผู้ป่วยเกิดรอคอยในการรักษาที่มีระยะเวลานาน กระบวนการขั้นตอนการให้บริการเกิดความล่าช้า การบริการของบุคลากรทางการแพทย์ให้บริการไม่ทั่วถึง สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ คุณภาพการให้บริการไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ ในยุคสังคมปัจจุบัน คนไข้และญาติคนไข้ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีสื่อที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ทำให้มีทางเลือกในการรักษาและการบริการที่ดี มีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่เพียงพอ คุณภาพการให้บริการเป็นที่น่าพึงพอใจ โรงพยาบาลเอกชนจึงเป็นทางเลือกที่คนในปัจจุบันให้ความนิยม

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาในข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และเพื่อเป็นแนวทางไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

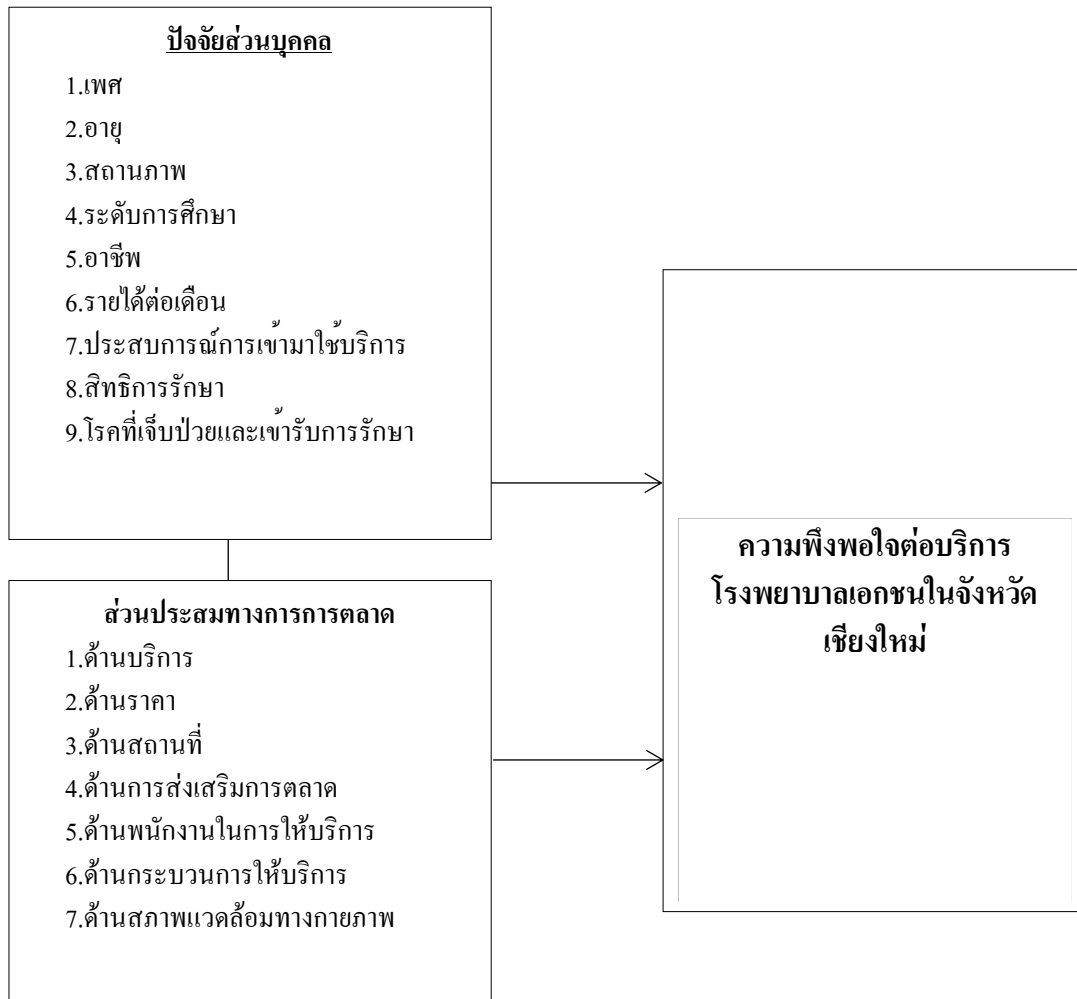
สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของ คนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้เป็นผู้ที่ให้บริการ โรงพยาบาลเอกชนที่เป็นชาวไทยเพศชายและเพศหญิงอายุตั้งแต่ 19-60 ปี
2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากรโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เคยใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ และใช้จำนวน 400 คน
3. สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ บริเวณโรงพยาบาล อันได้แก่ โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม, โรงพยาบาลแมคคอร์มิค, โรงพยาบาลเชียงใหม่ไกล่หมอ, โรงพยาบาลกรุงเทพเชียงใหม่, โรงพยาบาลเซนทรัลเวิลด์, โรงพยาบาลเชียงใหม่เมดิคอล, โรงพยาบาลลานนา โรงพยาบาลเทพปัญญา, โรงพยาบาลช้างเผือก, โรงพยาบาลราชเวช, โรงพยาบาลเชียงใหม่ฮอสพิทอล
4. ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือน พฤศจิกายน 2562 ถึง เดือน ธันวาคม 2562

กรอบแนวคิดการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการให้บริการ

การบริการ คือกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสแต่ละต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการบริการนั้นและมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้า ความเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยบริการเป็นเลิศ โดยเสนอสิ่งที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้ารวมถึงความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ , 2553)

Parasuraman et al. (1988) อ้างถึงใน เพ็ญภา จรัสพันธ์ (2557) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ ว่าหมายถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการและการรับรู้ที่มีต่อการบริการจริงโดยได้สร้างเครื่องมือ ที่เรียกว่า SERVQUAL โดยกำหนดมิติคุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ (1) ด้านการสัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibility) (2) ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability) (3) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) (4) ด้านความรู้ความสามารถที่จะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือและเชื่อถือ (Assurance) และ (5) ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความสำเร็จในการให้บริการ มี 7 ประการดังนี้ (1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (2) ความคาดหวังของผู้รับบริการ (3) ความพร้อมในการให้บริการ (4) ความมีคุณค่าของการบริการ (5) ความใส่ใจต่อการให้บริการ (6) ความสุภาพในการให้บริการ และ (7) ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของคุณภาพการบริการคือ บริการที่นำเสนอการส่งมอบบริการภาพลักษณ์ การบริการ นวัตกรรมของการบริการ และเมื่อนำทุกอย่างมาประกอบกันจะต้องเป็นการตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้อ้างอิงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย (กาญจนา นาคสกุล 2546 และ วิรุฬ พรรณเทวี, 2542)

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กระตุ้นจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะดั้งเดิม เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความพึงพอใจ โดยทฤษฎีที่ได้รับการนิยามมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

(1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation) อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหารีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กระตุ้นมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตาม

ความสำคัญ คือ ความต้องการทางกาย (physiological needs) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) ความต้องการทางสังคม (social needs) ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) และความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

(2) ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ดังนั้นอาจกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การทำงานใดๆประสบความสำเร็จได้ นักธุรกิจหรือผู้นำที่มีความสามารถจะศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการให้กับเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัลภา ยัมปราโมทย์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของคนวัยทำงานที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2 พบว่า มีความพึงพอใจต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือในการอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อการบริการของบุคลากรอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อความมั่นใจของผู้มารับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลอยู่ในระดับมาก

ชาญกิจ อ่างทอง (2558) ได้การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุดคือคุณภาพของ การบริการ ซึ่งคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้นั้น ขึ้นอยู่กับบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องที่ควรเกิดขึ้นน้อยที่สุดส่วนหนึ่งมีผลมาจากคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ กล่าวคือเมื่อลูกค้าเปรียบเทียบค่ารักษาพยาบาลและค่าบริการกับคุณภาพที่ ได้รับแล้ว ลูกค้ารับรู้ได้ถึงความเหมาะสมเพียงใด

โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมของคุณภาพ การบริการ การบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีใน ระดับเห็นด้วยมาก

ลัดดา ฤกษ์สุภผล (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคลินิกส่งเสริมสุขภาพโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พบว่า มีความพึงพอใจของ

การให้บริการระดับมากต่อภาพโดยรวมของการรับบริการทางการแพทย์ หัวข้อที่ผู้รับบริการพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 70 ผู้รับบริการที่อายุน้อยกว่า 40 ปีไม่พอใจในด้านการประชาสัมพันธ์และการบอก จุดบริการ ลิฟต์และเจ้าหน้าที่เคลื่อนย้ายผู้ป่วย

ปณณยา พวงทับทิม (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการและความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 285 คน เพศชาย จำนวน 115 คน อายุ ระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนมาก จำนวน 151 คน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท และ 50,001 ขึ้นไป แผนกที่กลุ่มผู้มาใช้บริการในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ แผนกประชาสัมพันธ์ แผนกผู้ป่วยนอก (OPD), แผนกผู้ป่วยใน (IPD), แผนกรังสี (X-ray), แผนกทันตกรรม, แผนกสถาบันความงาม, แผนกแคชเชียร์, แผนก Admission โดยเฉลี่ยเท่ากับ 12.5 และปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจและการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานที่มารับบริการที่โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่และยินดีตอบแบบสอบถาม ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่สามารถทราบขนาดของตัวอย่างของ W.G. Cochran กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่าง แต่ในงานวิจัยนี้ใช้ตัวอย่างที่ 400 ตัวอย่าง

ลักษณะของเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ประสิทธิภาพการเข้ามาใช้บริการ สิทธิการรักษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 7 ด้านคือ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่

การหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ขึ้นแรกนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษา จากนั้นนำผลการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน โดยแต่ละข้อนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม โดยใช้สูตร IOC โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5

ขึ้นไปมาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับประชาชน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน คน แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.974 จากนั้นนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้มาจาก 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ให้กับคนวัยทำงานที่ใช้บริการบริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลและนำกลับมาวิเคราะห์ข้อมูล และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมเอกสารและแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการต่างๆรวมถึงผลงานวิจัยเกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของข้อมูลและลงรหัสข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมประมวลผลข้อมูลสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Method) วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) และวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการ โรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Simple Correlation)

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.25 ส่วนมากมีอายุระหว่าง 31-40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.25 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.75 และสมรส คิดเป็นร้อยละ 33.25 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนมาก จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64 อาชีพส่วนใหญ่ เป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 73.25 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.5 ประสบการณ์การเข้ามาใช้บริการ 6 เดือน -2 ปี คิดเป็นร้อยละ 46 สิทธิการรักษาส่วนใหญ่ประกันกลุ่ม/สวัสดิการพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 72 โรคที่เจ็บป่วยและเข้ารับการรักษา ส่วนใหญ่โรคทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 74.75

2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.17$) พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานใน

จังหวัดเชียงใหม่ มีคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก ($M=4.39$) เป็นลำดับแรก ด้านพนักงานในการให้บริการมีคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก ($M=4.34$) ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน มีคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก ($M=4.32$) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก ($M=4.21$) ด้านสถานที่ มีคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก ($M=4.08$) ด้านบริการ มีคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก ($M=4.03$) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก ($M=4.00$) และ ด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย ระดับปานกลาง ($M=3.96$) ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านรายละเอียดดังนี้

3. ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย ($M = 4.31$) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านพึงพอใจที่จะรักษาเพราะการให้บริการที่เป็นแบบมือ เป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย ($M = 4.37$) รองลงมา ท่านพึงพอใจกับการที่มีการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย ($M = 4.33$) ท่านพึงพอใจทุกครั้งที่ได้รับบริการที่รวดเร็วสะดวกไม่ต้องรอนานอยู่ระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย ($M = 4.35$) ท่านพึงพอใจทุกครั้งที่ได้รับบริการอยู่ระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย ($M = 4.31$) และ ท่านพึงพอใจกับการบริการที่เท่าเทียมกันของบุคลากร, ท่านพึงพอใจต่อการให้บริการด้วยความเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีคืออยู่ระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากัน ($M = 4.26$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสิทธิการรักษาต่างก็มีความพึงพอใจในการบริการโรงพยาบาลเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 0.01 และ 0.05

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมมีความสัมพันธ์ระดับมีปานกลาง ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์รายด้านของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านราคาด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านบริการมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในระดับมาก เกิดจากโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการในการใช้ชีวิตของคนวัยทำงานได้ดี ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ที่เข้าถึงได้สะดวกสบาย ความรวดเร็วในการให้บริการ ความเชี่ยวชาญของทีมแพทย์พยาบาล อีกทั้งชื่อเสียงด้านการรักษาที่เป็นมาตรฐานทั้งบุคลากรและสถานพยาบาล กับงานวิจัยของ กุ๊ซซี่ ประยูรคง (2557) พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลสามพรานโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก

1.1 ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ระดับมาก เกิดจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งความรวดเร็ว การประสานงานของบุคลากรระหว่างแผนกต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รอรับบริการใช้เวลาไม่นาน ระยะเวลาในการเข้ารับการรักษามีความเหมาะสมการชำระเงินสามารถทำได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลภา ยิ้มปราโมทย์ . (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2 ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกอยู่ระดับมาก

1.2 ด้านบริการ อยู่ระดับมาก ด้วยโรงพยาบาลเอกชนในเชียงใหม่ มีการบริการที่ดีจากบุคลากรทางการแพทย์ บุคลากรที่มีความสามารถเชิงวิชาชีพ รักษาแล้วทุเลา/หาย มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับโรค/การรักษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับยา/การใช้ยา และ ติดตามการรักษาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ชาญกิจ อ่างทอง (2558) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนอยู่ระดับมาก

1.3 ด้านสถานที่ อยู่ระดับมาก เกิดจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจอดรถ โรงพยาบาลตั้งใกล้บ้าน โรงพยาบาลตั้งใกล้ที่ทำงาน โรงพยาบาลตั้งใกล้ห้างสรรพสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย โสรจจะราช เถระพันธ์ (2561) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งของโรงพยาบาลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี อยู่ระดับมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ระดับมาก เกิดจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ การมีโปรแกรม/แพ็คเกจการรักษาราคา พิเศษ มีสามารถผ่อนชำระรักษาพยาบาลกับบัตรเครดิตที่ร่วมรายการ มีบัตรกำนัล Gift Voucher มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์, Social Media มีการจำหน่ายโปรแกรม / แพ็คเกจการรักษาทางเว็บไซต์, Social Media ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นุชนาถ จันทราวุฒิกกร (2558) ที่พบว่า

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดของโรงพยาบาลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนอยู่ระดับมาก

1.5 ด้านพนักงานในการให้บริการอยู่ระดับมาก เกิดจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการแต่งกายของบุคลากรความเรียบร้อย สะอาด น่าเชื่อถือบุคลากรความกระตือรือร้นในการให้บริการ บุคลากรมีกิจกรรมยามที่ดีและเหมาะสม บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ บุคลากรสามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นันทพร อารมย์ชื่น (2558) ที่พบว่า พนักงาน บริษัท MOCAP ที่ใช้สิทธิประกันสังคม ให้ความสำคัญกับพนักงานในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในสถานพยาบาลเอกชนอยู่ระดับมาก

1.6 ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ระดับมาก เกิดจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความสะอาดของเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายนอกและภายในโรงพยาบาลการตกแต่งภายนอกและภายในโรงพยาบาลมีความสวยงามความสะอาดสบายของบริเวณที่นักรับบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการสะอาดและถูกปาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปราณปรีชา รัชมิแะ (2559) ที่พบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในสถานพยาบาลเอกชนอยู่ระดับมาก

1.7 ด้านราคา อยู่ระดับปานกลาง เกิดจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับการบริการ ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพการรักษา ค่ารักษาพยาบาลถูกกว่าโรงพยาบาลเอกชนแห่งอื่น เมื่อเทียบกับคุณภาพและบริการ สามารถเข้ารับการรักษาได้ถูกลงเมื่อ ใช้โปรโมชัน/แพ็คเกจ การรักษา ส่วนลดค่ารักษาพยาบาลราคาพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุธีราพร อ่วมคร้าม (2555) ที่พบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับราคาค่ารักษาพยาบาลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในโรงพยาบาลรัฐบาล และเอกชน กรุงเทพมหานคร อยู่ระดับปานกลาง

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พะเยาว์ สังคนาคินทร์ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพะเยา และลัดดา ฤกษ์สุภผล (2554) ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคลินิกส่งเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ที่พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการในโรงพยาบาลอยู่ระดับมาก อีกทั้งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ ยังสอดคล้องแนวคิด กรอนรูส (ชัชวาล อรวงศ์สุภทัต, 2554) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (product quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสิทธิการรักษาต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการโรงพยาบาลเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 0.01 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีลักษณะทางด้านจิตวิทยารวมถึงสังคมวัฒนธรรมซึ่งเป็นส่วนที่จะช่วยอธิบายถึง ความคิด และความรู้สึกรู้สึกของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลภา ยัมปราโมทย์ (2559) ที่พบว่า ประชาชนผู้มารับบริการที่มีเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลในเครือพระราม 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ของคนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวม มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อดคล้องกับงานวิจัยของ วิญญูชยานันต์ วัชรานันท์กุล (2562) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการทางการแพทย์ ของโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการ เลือกใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากผลการวิจัย พบว่า คนวัยทำงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก รวมถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ในทางบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา ดังนี้

1. ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ระดับมาก ดังนั้นโรงพยาบาลเอกชนควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยการรอรับบริการที่ใช้เวลาไม่นาน และมีระยะเวลาในการเข้ารับการรักษามีความเหมาะสม รวมถึงการชำระเงินสามารถทำได้สะดวก รวดเร็ว นอกจากนี้จะต้องมีการประสานงานของบุคลากรระหว่างแผนกต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับด้านบริการอยู่ระดับมาก ดังนั้นโรงพยาบาลเอกชน ควรมีการบริการที่ดีจากบุคลากรทางการแพทย์ บุคลากรที่มีความสามารถเชิงวิชาชีพ รักษาแล้วทุเลา/หาย มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับโรค/การรักษา ให้คำแนะนำเกี่ยวกับยา/การใช้ยา และติดตามการรักษาอย่างต่อเนื่อง

3. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งของโรงพยาบาล อยู่ระดับมาก โดยคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการจอดรถ ดังนั้น โรงพยาบาลเอกชนควรตั้งใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ห้างสรรพสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น

4. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด อยู่ระดับมาก ดังนั้น โรงพยาบาลเอกชนควรมีโปรแกรม/แพ็คเกจการรักษาราคา พิเศษ มีสามารถผ่อนชำระรักษาพยาบาลกับบัตรเครดิตที่ร่วมรายการ มีบัตรกำนัล Gift Voucher มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์, Social Media มีการจำหน่ายโปรแกรม / แพ็คเกจการรักษาทางเว็บไซต์, Social Media

5. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับพนักงานในการให้บริการอยู่ระดับมาก ดังนั้น บุคลากรของโรงพยาบาลเอกชนควรมีการแต่งกายที่มีความเรียบร้อย สะอาด น่าเชื่อถือ รวมถึงมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ บุคลากรมีกิริยามารยาทที่ดีและเหมาะสม บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ บุคลากรสามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

6. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ระดับมาก ดังนั้น โรงพยาบาลเอกชนควรมีความสะดวกของเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายนอกและภายใน โรงพยาบาลการตกแต่งภายนอกและภายในโรงพยาบาลมีความสวยงามความสะดวกสบายของบริเวณที่นั่งรอรับบริการ รวมถึงมีอาหารและเครื่องดื่มให้บริการที่สะอาดและถูกปาก

7. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับราคา อยู่ระดับปานกลาง ดังนั้น โรงพยาบาลเอกชนควรมีค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพการรักษา และสามารถเข้ารับการรักษาได้ถูกเมื่อใช้โปรโมชั่น/แพ็คเกจ การรักษา ส่วนลดค่ารักษาพยาบาลราคาพิเศษ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการกระจายการเก็บตัวอย่างแบ่งโรงพยาบาลเอกชนต่าง ๆ ในสัดส่วนที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อไม่ให้เป็นการวิจัยที่เจาะจงไปที่โรงพยาบาลใดที่โรงพยาบาลหนึ่ง หรือกระจุกตัวอยู่ในโรงพยาบาลที่มีบริการงานภายใต้เครือเดียวกันมากนัก ซึ่งอาจจะไม่สามารถสะท้อนความพึงพอใจโดยรวมได้

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยอื่น ๆ เช่นการ สังเกต การสัมภาษณ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการวิจัย ในประเด็นที่สอบถามไม่สามารถเข้าถึงได้ ตลอดจนการเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการร้องเรียนของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีผลต่องานวิจัยออกมาเป็นเชิงบวกซึ่งขัดกับสมมติฐานของงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กัลป์กร วรกุลลัญฐานิย์ และพรทิพย์ สัมปตตะวานิช. (2553). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา นาคสกุล. (2546). *การสร้างคำบอกอาชีพและพฤติกรรมของบุคคล*. วารสารราชบัณฑิตยสถาน: ปีที่ 28 ฉบับที่ 2 (เม.ย.-มิ.ย.2546).
- กู้ชัย ประยูรคง. (2557). *ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการ ของโรงพยาบาลสามพราน*. วิทยานิพนธ์ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยทองสุข.
- ชัชวาล อรวงศ์สุภทัต. (2554). *ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ*. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2563 จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285
- ชาญกิจ อ่างทอง. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior.*, กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนกฤต วันตะเมธ. (2554). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทพร อารมณชีน. (2558). *ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการ สถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAPในการใช้สิทธิประกันสังคม*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นุชนาถ จันทราวุฒิกร. (2558). *ดัชนีวัดความพร้อมด้านการตลาดและกลยุทธ์โรงพยาบาลเอกชนไทย ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญญา พวงทับทิม. (2560). *คุณภาพบริการและความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปราณปริยา รัศมีแข. (2559). *ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพในด้านบริการ ความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ สภาพแวดล้อมที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้า*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้าเงินทโยบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พะเยาว์ สังคนาคินทร์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยา*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

- ลัคนา ฤกษ์ศุภผล. (2554). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคลินิกส่งเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. วารสารการแพทย์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2
- วัลภา ยิ้มปราโมทย์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของคนวัยทำงานที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน กรมศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิญญูชนานันต์ วัชรานันทกุล. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการทางการแพทย์ ของโรงพยาบาลมิชชั่นภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- วีระพงษ์ เถлимจิระรัตน์. (2553). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). การสำรวจโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชน พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุธีราพร อ่วมคร้าม. (2555). ปัจจัยจำแนกการเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโรงพยาบาลรัฐบาล และเอกชน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่. (2559). 5 เหตุผลที่ทำให้โรงพยาบาลเอกชนเชียงใหม่ ได้รับความนิยม. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2563 จาก <https://lannahealthhub.org/th/knowledge/5>.
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Kotler and Armstrong. (2002). *Principle of Marketing*. USA: Prentice-Hall.