

พฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
Health Service Choice Behaviors of Working Age People at Private
Hospitals in Bangkok Metropolitan

กรรณิการ์ กุมภันท์

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Kannika Kumphan

E-mail: kannikanurse@outlook.com

Department of Management, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชากรวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test)

ผลการศึกษา พบว่า

1. ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร มากกว่า 6 เดือนขึ้นไปต่อครั้ง (78.8%) เหตุผลที่เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพราะมีแพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (24.6%) มารับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร แผนกผู้ป่วยนอก (61.4%) เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ย 2,001–3,000 บาท (27.0%) การเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จากตัวท่านเอง (56.8%)

2. อายุมีผลต่อพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัย

ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ในเรื่องความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ, โรงพยาบาลเอกชน, คนวัยทำงาน

ABSTRACT

The objectives of this research were to study health service behaviors of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan and to study personal factors, service quality factors, and marketing mix factors affecting health service behaviors of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan

The population of this research was 400 working age people in Bangkok Metropolitan who have used the services of private hospitals selected by cluster sampling. The data were collected using the questionnaire. The statistics for data analysis were frequency, percentage, arithmetic mean, and standard deviation as well as the hypothesis was tested using Chi-square test.

The results of the study found that

1. Most participants were female, aged between 21-35 years old, had bachelor graduation, had employees, and had monthly income ranged 30,001-60,000 baht.

2. Age affecting health service choice behaviors of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan, in terms of service frequency and average cost of service with statistical significance of 0.05 level, education level affecting health service choice behaviors of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan, in term of average cost of service and person who influences the decision making to use service with statistical significance of 0.05 level, occupation affecting health service choice behaviors

of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan, in terms of service frequency, average cost of service, and person who influences the decision making to use service with statistical significance of 0.05 level, and average monthly income affecting health service choice behaviors of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan, in terms of average cost of service and person who influences the decision making to use service with statistical significance of 0.05 level.

3. Empathy affecting health service choice behaviors of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan, in term of average cost of service with statistical significance of 0.05 level.

4. Marketing mix factors does not affect health service choice behaviors of working age people at private hospitals in Bangkok Metropolitan.

Keywords: Health Service Choice Behaviors, Private Hospitals, Working Age People

บทนำ

จากสถานการณ์โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านการรักษาพยาบาล ที่ผู้รับบริการทางการแพทย์มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพร่างกายของตนเองมากยิ่งขึ้น มีความตระหนักในการป้องกันการเจ็บป่วย และการเข้ารับการรักษาตั้งแต่แรกเริ่มที่มีอาการเจ็บป่วย ซึ่งมีความแตกต่างจากในอดีตที่ต้องรอให้เกิดอาการแสดงหรือการเกิดโรคขึ้นก่อนจึงจะไปพบแพทย์ และจากนโยบายการเปิดเสรีการค้าบริการด้านสุขภาพส่งผลให้หลายประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เวียดนาม พยายามผลักดันประเทศของตนให้เป็น Medical Hub of Asia โดยดึงดูดแข็งของแต่ละประเทศ ออกมานำเสนอ เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้ผู้รับบริการชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการในประเทศของตน สำหรับประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ได้มีการพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านสุขภาพ ตลอดจนความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการผลักดันนโยบายดังกล่าวอย่างจริงจัง โดยมีการกำหนดบทบาทและหน้าที่ เพื่อพัฒนาคุณภาพในการให้บริการและเพิ่มมาตรฐานรองรับการขยายตัวของธุรกิจและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาในประเทศไทย พบว่า ปัจจุบันผู้รับบริการมีการเลือกใช้บริการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น เนื่องจากโรงพยาบาลรัฐบาลมีผู้เข้ารับบริการเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับกำลังในการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ที่จำกัด ส่งผลให้การเข้ารับบริการใช้ระยะเวลาอันยาวนาน ไม่สามารถให้บริการได้อย่างครอบคลุมและทั่วถึง จึงเป็นสาเหตุให้ผู้รับบริการที่มีกำลังทรัพย์เพียงพอหันมาเลือกใช้บริการจากการรักษาพยาบาลจากโรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น ที่มีการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง รวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการเข้ารับบริการการรักษาน้อยกว่าโรงพยาบาลรัฐบาล แม้จะมีค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชนที่สูงมากกว่าโรงพยาบาลรัฐบาลก็ตาม

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีอัตราการแข่งขันสูง โดยต่างมุ่งเน้นการให้บริการและคุณภาพการรักษาพยาบาล ทำให้ในปัจจุบันผู้รับบริการมีทางเลือกในการเข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน นอกจากนี้โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งยังให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือทางการแพทย์ มีการลงทุนในด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ใหม่ๆ และเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความครอบคลุมและทันสมัยมากขึ้น รวมถึงมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นด้านการรักษา และแพ็คเกจการรักษาแบบองค์รวมในราคาพิเศษต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้เข้ารับบริการ และเป็นการสร้างแรงดึงดูดให้ผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลของตนเอง ด้วยการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำผลไปใช้ในการพัฒนาด้านคุณภาพ ปรับปรุงการดำเนินงาน และการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชน เพื่อใช้ประกอบการแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงพยาบาล กลายเป็นธุรกิจบริการที่ได้ประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นประชากรวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาโดยเลือกจากประชากร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) แบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต สุ่มแบบแบ่งกลุ่มได้จำนวน 4 เขต ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรวัยทำงานที่เคยมาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรวัยทำงานเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 4 เขต เขตละ 100 คน โดยจะเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในโรงพยาบาลเอกชน จากเขตสาทร เขตบางรัก เขตปทุมวัน และเขตพญาไท มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ดังนี้

1.1 วันที่ 14 และวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2562 จำนวน 200 คน

1.2 วันที่ 21 และวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2562 จำนวน 200 คน

2. ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

2.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร
2. ทราบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลของคนวัยทำงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ปรับปรุงและพัฒนาโรงพยาบาลเอกชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. เป็นแนวทางให้ผู้บริหารในการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจของโรงพยาบาลเอกชน และเตรียมความพร้อมสู่การเป็น ศูนย์กลางการรักษาพยาบาลในภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia) ตามนโยบายของรัฐบาล
4. เป็นแนวทางเบื้องต้นในการศึกษาค้นคว้าและเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ที่มีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 30-32) กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการศึกษาในกลุ่มผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมอย่างไรในการดำเนินชีวิต มีการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าและบริการอย่างไร ซึ่งหลักการที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ หลัก 6Ws 1H ที่ต้องพิจารณาหลักการเกี่ยวกับตลาดเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการทราบตามหลัก 7 Os ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) คือ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือคู่แข่ง

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของตนทางด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่ม มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี วันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชน

ตัวแบบการวัดคุณภาพบริการของ Parasuraman A., et al. (1985) และสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (2554) ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการประเมินคุณภาพการให้บริการ จากการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ ประกอบด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ได้แก่ สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้เข้ารับบริการรู้สึกถึงการดูแลเอาใจใส่และความตั้งใจบริการจากผู้ให้บริการ

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการตามที่ผู้รับบริการต้องการหรือที่ได้สัญญาไว้ และเป็นไปได้ตามวัตถุประสงค์ของการบริการนั้น ได้อย่างถูกต้องภายในระยะเวลาที่เหมาะสม ทำให้ผู้รับบริการสามารถไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ การตอบสนองในการให้บริการจากผู้ให้บริการอย่างไม่มีรีรอ ความพร้อมที่จะให้บริการให้แก่ผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว โดยที่ผู้รับบริการใช้ระยะเวลาในการรอคอยไม่นาน และผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย

4. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance) คือ การรับประกันว่าผู้ให้บริการ มีทักษะความรู้ และความสามารถในการให้บริการ รวมทั้งมีจริยธรรมในการให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมั่นใจได้ว่าการบริการมีความปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) คือ การดูแลและให้บริการอย่างเอาใจใส่ มีความเข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้รับบริการ โดยเน้นการให้บริการและแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2551) สรุปเกี่ยวกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการบริการว่าขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix's) หรือ 7Ps ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นรวมทั้งความต้องการของมนุษย์ได้ คือ ผู้ขายจะต้องมอบให้แก่ลูกค้า ลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาคือต้นทุน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ให้บริการ โดยการเลือกทำเลที่ตั้ง ของธุรกิจบริการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ลูกค้าต้องไปรับบริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ ทำเลที่ตั้งจึงเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเข้ามาใช้บริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารทางข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ในการสร้างทัศนคติรวมถึงพฤติกรรมซื้อ

5. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตและบริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง สิ่งที่ปรากฏแก่สาธารณชน เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ช่วยสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ

ที่มีไว้ให้บริการต่างๆ

7. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการเพื่อส่งมอบการบริการที่ดีอย่างมีคุณภาพ และการให้บริการได้อย่างประทับใจลูกค้าและรวดเร็ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จันทนา รัชชานาค (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ 2-4 ครั้ง จุดประสงค์คือการเข้ารับรักษาโรคทั่วไป ค่ารักษาพยาบาลที่ใช้อยู่ที่ 1,001-3,000 บาท ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย ได้แก่ ตัวผู้ป่วยเองหรือครอบครัว ผู้ร่วมตัดสินใจในการเข้ารับบริการคือครอบครัว และเหตุผลในการเข้าใช้โรงพยาบาลเอกชนคือ ชื่อเสียงของโรงพยาบาลมาก นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างไรก็ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2558) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และการประกันสุขภาพของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชากรที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านการประกันสุขภาพ และปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และการประกันสุขภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามรายงานตนเองที่สร้างจากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ประเภทของการมารับบริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การรักษาและบริการทางการแพทย์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการให้บริการ กระบวนการให้บริการ และองค์ประกอบทางกายภาพ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมในพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. หลังจากการทดสอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้กำหนดรหัสหมายเลขแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบการเก็บแบบสอบถาม จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้กับประชากรวิทย์ทำงานที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และอาศัยในกรุงเทพมหานครทั้ง 4 เขต ดังนี้

วันที่ 14 และวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2562 จำนวน 200 คน ในเขตบางรัก และเขตปทุมวัน

วันที่ 20 และวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2562 จำนวน 200 คน ในเขตสาทร และเขตพญาไท

2. นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำมาประมวลผล หากมีฉบับใดไม่สมบูรณ์จะคัดออก และทำการเก็บเพิ่มให้ครบตามจำนวน และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Window (The Statistical Package for the Social Sciences) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลความหมาย

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test)

ผลการวิจัย

การสรุปผลการศึกษาและนำเสนอ 3 ส่วน ดังนี้

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา

ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (67.5%) มีอายุระหว่าง 21-35 ปี (37.5%) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (61.5%) ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป (60.5%) และรายได้เฉลี่ย 30,001-60,000 บาท/เดือน (31.3%)

ผลการศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร มากกว่า 6 เดือนขึ้นไปต่อครั้ง (78.8%) เหตุผลที่เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพราะมีแพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (24.6%) มารับบริการโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร แผนกผู้ป่วยนอก (61.4%) เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ย 2,001-3,000 บาท (27.0%) การเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร จากตัวท่านเอง (56.8%)

ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีความสำคัญกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.35) การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.37) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.35) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.33) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.35)

ผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรักษาและบริการทางการแพทย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.32) ราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.32) กระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.38) การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.31) บุคลากรในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.31) สถานที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.40) และองค์ประกอบทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.46)

2. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ในเรื่องค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

3. การสรุปข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้ตอบแบบสอบถามได้เขียนข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับโรงพยาบาลเอกชนว่า ต้องการให้โรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพการบริการให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันและมีระบบส่งต่อระหว่างโรงพยาบาลในราคาประหยัด สามารถใช้สิทธิประกันสังคมได้ในทุกโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งความต้องการเหล่านี้ อาจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้ทราบผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถอภิปรายผล โดยวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของ คนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 21-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ย 30,001-60,000 บาท/เดือน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถในการตัดสินใจเลือกบริการ มีกำลังทรัพย์ในการใช้จ่ายด้านสุขภาพและเลือกใช้บริการ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐธา เสวกวิหारी (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน และเพศ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนา รักษานาค (2554) ศึกษา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพ ด้านความถี่ในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้บริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ เหตุผลที่ใช้บริการ และ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพ ด้านความถี่ในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้บริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ และผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

2. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของ คนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการเลือกคุณภาพการบริการ จากการมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ เน้นความเป็นธรรมของบริการเป็นหลัก ซึ่งผู้มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ตัวท่าน เพราะได้ลองใช้บริการเองและมีการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน เพราะความสามารถของบุคลากรทางการแพทย์ และการที่ผู้ให้บริการมีความเต็มใจให้บริการ เข้าใจความต้องการ และเอาใจใส่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เพราะความไว้วางใจและอุ่นใจในการบริการ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของสมฤดี ธรรมสุริตี (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากบุคลากรทางการแพทย์มีความเต็มใจในการตอบข้อซักถาม มีมนุษยสัมพันธ์และความเอาใจใส่ในการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริกัญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ประชากรมีความคิดเห็นมากที่สุดเป็นสามอันดับแรก ได้แก่ กิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์มีความพร้อม และเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์มีความทันสมัย

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะได้รับบริการการติดตามการรักษาอย่างต่อเนื่อง ได้รับส่วนลดค่ารักษาพยาบาลราคาพิเศษ และการประสานงานของบุคลากรระหว่างแผนกต่างๆ มีประสิทธิภาพ ซึ่งไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ เพราะกลุ่มผู้ให้บริการมีรายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูง การได้รับส่วนลดค่ารักษาพยาบาล จึงไม่สามารถโน้มน้าวให้เลือกใช้บริการได้ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการรักษาจากบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่าการได้รับการรักษาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความเชื่อมั่นในฝีมือของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญสูง

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า ประชากรมีความคิดเห็นมากที่สุดเป็นสามอันดับแรก ได้แก่ การบริการที่ดีจากบุคลากรทางการแพทย์ ความสะอาดของเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ และบุคลากรมีกิริยามารยาทที่ดีและเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐรา เสวกวิหारी (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากกว่า 6 เดือนขึ้นไปต่อครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการมากที่สุด คือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่น่าผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาและสรุปผล ทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงระบบบริการที่ตอบโจทย์ผู้ให้หลากหลายกลุ่ม ให้มีความพอใจในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน และเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. โรงพยาบาลควรมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการ เพราะอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคณวิทย์ทำงาน ในกรุงเทพมหานคร

2. โรงพยาบาลควรหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล เอกชน เพราะปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ในเรื่องความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการมีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน วิธีการที่ทำให้โรงพยาบาลเอกชนมีคุณภาพ เกิดจากการ ให้บริการจากบุคลากรทางแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย มีความพร้อม ใช้งาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ผู้ให้บริการมีความเต็มใจบริการ เอาใจใส่ เข้าใจความต้องการที่ แตกต่างกันของผู้รับบริการอยู่เสมอ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของผู้รับบริการ เอง และมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จากการรับคำแนะนำติชมจากผู้รับบริการ เมื่อได้รับบริการที่พึงพอใจจะเลือกใช้บริการอยู่บ่อยครั้ง โดยราคาต้องเป็นธรรมกับคุณภาพการบริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาและสรุปผล สามารถเป็นแนวทางเบื้องต้นแก่ผู้ที่มีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร ยังมีสิ่งที่จะต้องมีการ ศึกษาครั้งต่อไป ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน เช่น ความคาดหวังของผู้รับบริการ การประกันสุขภาพ หรือประเมินความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการภายหลังการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการ พัฒนาโรงพยาบาลเอกชน ให้ผู้รับบริการเลือกใช้บริการต่อไป

2. ควรศึกษาในกลุ่มผู้สูงอายุเช่นกัน เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมผู้สูงอายุ เพราะมีประชากรอายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป สูงกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมดในประเทศ ที่มีความจำเป็นต้องเข้ารับบริการ ด้านสุขภาพอย่างมาก เนื่องจากความเสื่อมสภาพของร่างกาย การเจ็บป่วยจากโรคเรื้อรัง หรือเป็นผู้ป่วยติด เติง เพื่อจะได้นำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้จัดบริการสุขภาพที่รองรับกับความต้องการ ที่ส่งผลต่อการเลือก ใช้บริการ

3. ควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลรัฐกับโรงพยาบาลเอกชน เพราะมีแนวทางการให้บริการและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งจะมีผลอย่างมาก ต่อการเลือกใช้บริการ อาจมีความจำเป็นต้องปรับมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่ใกล้เคียง จะได้กระจาย ผู้ใช้บริการ ให้ได้รับบริการอย่างทั่วถึง และใช้บริการในโรงพยาบาลใกล้บ้านได้ ทำให้สะดวกและ ประหยัดเวลาในการเดินทาง

4. ควรทำการศึกษาการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอื่นๆ เพราะกรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่นๆ มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์และพื้นที่ เพื่อประโยชน์ในการนำผลการศึกษาไป ใช้ในพื้นที่ที่มีลักษณะเดียวกัน หรือทำการศึกษาเกี่ยวกับคลินิกเอกชนที่ให้บริการทางการแพทย์

5. ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนาแบบกลุ่ม เพื่อให้มีข้อมูล เชิงลึกกว่าการใช้แบบสอบถาม เป็นประโยชน์ต่อการหาแนวทางพัฒนาการให้บริการ จนเป็นที่ยอมรับและ เกิดการเลือกใช้บริการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จันทนา รักษานาค. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). การตลาดธุรกิจบริการ = Service marketing. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณัฐฐา เสวกวิหารี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2551). การบริการการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมฤดี ธรรมสุรดี. (2554). ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น. (2554). คุณภาพการให้บริการ. สืบค้นจาก <http://www.tpa.or.th>.
- สิริกานัญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2558). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.