

ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาราม

Factors Affecting Customer Loyalty to Vibharam Hospital

จุฑามาส สะท้อนดี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาล วิภาราม 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่มีต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการผ่านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ ของโรงพยาบาล เป็นข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มผู้บริการทั่วไปของโรงพยาบาลวิภาราม จำนวน 400 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน (Yamane) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95% เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสองตัวแปร และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นธรรมชาติของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 3 ลำดับ มากที่สุด คือ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพบริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาราม พบว่า คุณภาพบริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาราม ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลทดสอบสมมติฐานภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาราม พบว่า ความชำนาญในทางกระบวนการรักษา และด้านภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความภักดี คุณภาพบริการ ผู้ใช้บริการ อิทธิพล

ABSTRACT

Independent Study Title	Factors Affecting Customer Loyalty to Vibharam Hospital
Student's Name	Miss Jutamas Satondee
Degree Sought	Master of Business Administration
Field of Study	Management
Academic Year	2019
Advisory Committee	Dr. Punyapon Teprasit

The purpose of this research was to 1) study the loyalty of service users at Vibharam Hospital 2) study the influence of service quality and the image of the hospital on customer loyalty, and 3) suggest ways to build customer loyalty through service quality and image of the hospital. It is quantitative data from general users of Vibharam Hospital calculated by using the Yamane sample size determination formula at the confidence level of 95 percent. The instrument used in the research was a questionnaire. Statistics used in data analysis were measurements such as percentage, average, and standard deviation. The hypothesis testing used multiple regression statistical modeling processes to analysis relationships of the different variables.

The results showed that most of the respondents were married males between 51-60 years old with a bachelor's degree and employed having an average monthly income between 30,001-40,000 baht. Opinions about the quality of service and fairness of service was overall at a high level. When considering each in order, from most of the three average values, in aspect of creating confidence for customers, responding to service needs and reliability in the service positioned respectively.

The results of the hypothesis testing of Vibharam Hospital's service quality found that the service quality of the hospital had an influence on the loyalty of the service users. Vibharam Hospital responding to factors such as service needs and the aspect of creating confidence among customers influenced the loyalty of the users of the hospital statistical significant at a level of 0.05; and, results of the hypothesis testing also found that Vibharam Hospital's image along with the expertise in treatment influenced the loyalty of service users with statistical significance at the level of 0.05 as well.

Keywords: loyalty, service quality, service users, influence

บทนำ

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของไทยได้แรงหนุนสำคัญจากนโยบายภาครัฐ ที่มุ่งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางทาง การแพทย์ (Medical Hub) ตั้งแต่ปี 2546 ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์/เชิงสุขภาพ (Medical Tourism) เติบโต ต่อเนื่อง โดยโรงพยาบาลเอกชนของไทยต่างเร่งปรับตัว และได้รับการยอมรับใน ระดับสากลว่าเป็นหนึ่งในจุดหมาย ของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลก มีข้อ ได้เปรียบด้านคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพการรักษาที่สูงติด อันดับโลก จากข้อมูลผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2561 พบว่ามีจำนวนโรงพยาบาลเอกชนทั่ว ประเทศทั้งสิ้น 347 แห่ง ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครมากถึงร้อยละ 56.1 เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการปกครองของประเทศ มีประชากรที่มีฐานะปานกลางถึงสูงอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สำคัญของโรงพยาบาลเอกชน ในขณะที่โรงพยาบาลเอกชนที่อยู่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่มักเป็นโรงพยาบาลเอกชนขนาด กลาง และขนาดเล็ก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) จึงทำให้โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพ และปริมณฑลมีการ แข่งขันสูง ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยจะต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย ต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าตามกระบวนการตัดสินใจทางการตลาด และการแข่งขันเสรีที่เกิดขึ้น และปัจจุบัน ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนจึงมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ย 10-13% ในช่วงปี 2562- 2564 โดยได้แรงหนุนจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสังคมไทย จึงทำให้มีการแข่งขันในการให้บริการมากขึ้น โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งได้เร่งขยายเครือข่ายสาขา ทั้งในรูปของการซื้อกิจการ การควบรวมกิจการ และการสร้าง โรงพยาบาลแห่งใหม่ ตลอดจนการเปิดศูนย์บริการเฉพาะทาง เพื่อดึงดูดลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติ พร้อมทั้งการ สร้างความน่าเชื่อถือ และเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าด้วยการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพลักษณ์ในช่องทางต่าง ๆ มาก ยิ่งขึ้น

ในสถานการณ์การแข่งขันที่มีความรุนแรงสูงมากขึ้นส่งผลให้โรงพยาบาลต่างเร่งพัฒนาปรับปรุงศักยภาพ เพื่อสามารถรองรับดูแลผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี และมีประสิทธิภาพทั้งนี้เป้าหมายหลักของโรงพยาบาลไม่ได้มีเพียงแค่ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่านั้นแต่ยัง เป็นการให้บริการที่อยู่นอกเหนือความคาดหวังของลูกค้าอีกด้วย การปรับปรุงเพื่อสร้างความภักดี และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องความสำเร็จในระยะยาว ซึ่งการ เลือกเพิ่มในการปรับปรุงคุณภาพสามารถเป็นเครื่องมือในการทำให้อัตราผลตอบแทนได้โดยแท้จริงแล้ว เรื่องของการ พัฒนาโรงพยาบาลนั้น มีความเกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยของของลูกค้าเพิ่มขึ้นได้ด้วยเหตุนี้ทำให้โรงพยาบาลเอกชนของไทย ทุกขนาดมีการตื่นตัวในการพัฒนาฐานการบริการจัดการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการโรงพยาบาลเอกชน ขยายการลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่ธุรกิจนี้อย่างเด่นชัดขึ้น โดยโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพเร่งขยายกิจการผ่านการซื้อ/ควบรวม เปิดสาขาใหม่ในกรุงเทพและต่างจังหวัดที่เป็นเมืองสำคัญ และเข้ามา ถือหุนของโรงพยาบาลเอกชนอื่นๆ เพื่อลงทุนหรือสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ จึงเกิดกลุ่มโรงพยาบาลขนาดใหญ่ขึ้นหลาย กลุ่ม อาทิ กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ กลุ่มโรงพยาบาลธนบุรี และกลุ่มโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ การรวมกลุ่มดังกล่าว เพิ่มความเข้มแข็งและมีลูกค้าเป้าหมายชัดเจน ขณะที่โรงพยาบาลขนาดกลางและเล็กต่างเร่งปรับตัวไปสู่การเป็น ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางเพื่อเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

จากเหตุผลข้างต้นทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน เกิดการแข่งขันกันอย่างสูงโดยต่างมุ่งเน้นทางการให้บริการ และคุณภาพการรักษาทำให้ในปัจจุบันผู้รับบริการมีทางเลือกในการเข้ารับการรักษาพยาบาลใน โรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น นอกจากนี้โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งยังให้ความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือทางการแพทย์ มีการลงทุนเทคโนโลยีทางการแพทย์ใหม่ๆ และความพร้อมของอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความครบคลุม และทันสมัย รวมถึง กลยุทธ์ทางการตลาดเช่นการจัดโปรโมชั่นและแพ็คเกจราคาพิเศษต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของผู้เข้ารับบริการและสร้างความสนใจดึงดูดให้ผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลของตนมากขึ้นในขณะที่โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งต่างปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการด้านต่างๆ ภายในโรงพยาบาล

เพื่อเป็นการสร้างฐานลูกค้าในกลุ่มผู้รับบริการทั่วไปให้มีปริมาณที่มากขึ้นดังนั้นทางโรงพยาบาลตระหนักถึงการรับรู้ทางด้าน คุณภาพบริการของโรงพยาบาลโดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ การให้บริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล และให้ความสำคัญในการตระหนักถึงคุณค่าของการตอบสนองต่อความต้องการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการโดยมุ่งเน้นที่ผู้ป่วย หรือผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลางรวมทั้งตระหนักในคุณค่าของการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นโรงพยาบาลวิภาวดี ซึ่งถือเป็นสถานบริการแห่งหนึ่งจึงต้องมีการพัฒนาคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มารับบริการในระดับที่พึงพอใจ โดยมุ่งเน้นให้บริการที่เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลางและการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานเดียวกัน สถานพยาบาลสถานบริการคุณภาพ จึงจำเป็นต้องมีการตรวจสอบปัจจัยที่มีผลเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการผู้รับบริการและบริการสนับสนุนอื่นๆ คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่ช่วยเติมคุณค่าให้กับบริการถือเป็นอาวุธที่สำคัญในธุรกิจบริการที่ทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ สร้างความจดจำให้ลูกค้าและทำให้การบริการขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และคุณภาพการบริการยังช่วยให้เข้าใจถึงกระบวนการ การเกิดคุณภาพ เพื่อนำมาพัฒนา วิธีการเพิ่มคุณภาพของการบริการทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อการบริการของโรงพยาบาล ความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านสุขภาพเป็นทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการที่ได้รับความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังต่อการ ที่ได้รับจริงเป็นองค์ประกอบในการประเมินการดูแลคุณภาพ สะท้อนถึงคุณภาพของการบริการคุณภาพ ได้เป็นดัชนีชี้วัดที่แสดงถึงประสิทธิภาพขององค์กรในการเพิ่มคุณภาพการรักษาพยาบาลและการตอบสนองความต้องการความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการจะต้องถูกตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจง

เมื่อผู้รับบริการพอใจในบริการที่ได้รับจะส่งผลให้มีความเชื่อมั่นศรัทธาและกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป นอกจากนี้ยังส่งผลให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลดียิ่งขึ้นทำให้จำนวนผู้รับบริการเพิ่มมากขึ้นจาก ความสำคัญความเป็นมาและปัญหาทำให้ผู้วิจัยต้องศึกษาเรื่อง ความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี ซึ่งประกอบด้วยคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ซึ่งวัดออกมาในรูปแบบจำลองความภักดีของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความภักดี และสามารถรักษารฐานลูกค้าให้อยู่กับโรงพยาบาลวิภาวดีในระยะยาว และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการจึงเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาการให้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี

ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำผลไปใช้ในการพัฒนาด้านคุณภาพและการให้บริการ รวมถึงเทคโนโลยีทางการแพทย์และปรับปรุงการดำเนินงานของโรงพยาบาล เพื่อใช้ในการแข่งขันในตลาดธุรกิจโรงพยาบาลซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจบริการได้

อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนเป็นที่มาของการศึกษาตัวแปร ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน เพื่อให้มีการปรับตัว เพื่อเพิ่มรายได้มากขึ้นในขณะที่กระแสการดูแลสุขภาพส่งผลต่อรูปแบบการให้บริการของโรงพยาบาล

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่มีต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ
- 1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการผ่านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ ของโรงพยาบาล

ขอบเขตการวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ จะได้อธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด(Close-End Question) ที่ประกอบด้วย ข้อมูล

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

งานวิจัยครั้งนี้จะศึกษากลุ่มประชากร คือ กลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไปของโรงพยาบาลวิภาวดี

1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่จะใช้ในการศึกษาดังนี้

- 1) ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการ, ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลวิภาวดี
- 2) ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ความภักดีของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง ความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี โดยระยะเวลาที่เริ่มดำเนินการศึกษาสำรวจและแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล ตั้งแต่ 14 กรกฎาคม 2562 และผู้วิจัยคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในเดือน ตุลาคม 2562 โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา และการดำเนินการวิจัยเป็นเวลาประมาณ 3 เดือน

สมมติฐานการวิจัย

- 1.5.1 คุณภาพบริการ ของโรงพยาบาล มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี
- 1.5.2 ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ที่คาดว่าจะได้รับ และจะเป็นประโยชน์ดังนี้

- 1.7.1 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของโรงพยาบาล และเป็นแนวทางสำหรับบุคคลากรทางการแพทย์ ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และนำผลการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงพยาบาล

1.7.2 เพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการแข่งและสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน และเตรียมความพร้อมสู่การเป็นชั้นนำในการรักษาพยาบาลตามมาตรฐานสากล โดยกาภนำผลการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางการกำหนดนโยบายของทางโรงพยาบาล และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ

1.7.3 เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของ ลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลวิภาวดี เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาคุณภาพการบริการให้เหมาะสม ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service quality) เป็นการประเมินของผู้รับบริการโดย ทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวังกับการบริการที่รับรู้จริงจากผู้ให้บริการ ซึ่งหาก ผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการ บริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการ ให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก(Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1988: 42; 1990: 18; Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2004: 78 cited in Napapom Khantanapha, 2000; Kotler and Anderson, 1987: 102)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง กระบวนการคิดโดยใช้เหตุผลในการ เลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่มีอยู่เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด และตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด (ลฎฎา พูลเกษม, 2550, หน้า 8)

แนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เทคนิคการปฏิบัติเพื่อสร้างความไว้วางใจได้ให้กับผู้ป่วย ฮอฟลิง และคณะ (Hofling et al., 1967 อ้างถึงใน จารุวรรณ เอกอรทัยผล, 2530) กล่าวว่า ความไว้วางใจจะนำไปสู่ความรู้สึกมั่นใจในบุคคลอื่น ซึ่งเป็นผลให้บุคคลรู้สึกปลอดภัย ในการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่น เมื่อผู้ป่วยเกิดความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ผู้ป่วยก็จะรู้สึกผ่อนคลายสบายใจ และให้ความร่วมมือในการรักษา ความไว้วางใจเป็นสิ่งแรกที่ผู้ป่วยแสวงหาเมื่อเขาป่วย การทดสอบต่าง ๆ กับบุคคลในโรงพยาบาลก็เพื่อดูว่าเขาจะไว้วางใจ บุคคลเหล่านั้น ได้เพียงใด พยาบาลจะสร้างความไว้วางใจให้กับผู้ป่วยได้ดังนี้

1. ไม่ซักถามเรื่องราวส่วนตัวของผู้ป่วยในระยะเริ่มต้นของสัมพันธภาพ
2. ให้ความเอาใจใส่ดูแล และช่วยเหลือผู้ป่วย ทั้งในขณะที่กระทำการต่าง ๆ โดยไม่รู้ตัว และในขณะที่รู้ตัว
3. ไม่พูดเท็จกับผู้ป่วย เช่น ให้กำลังใจผู้ป่วยในสิ่งตรงข้ามกับความเป็นจริง
4. มีความเสมอต้นเสมอปลาย ทั้งคำพูดและการกระทำเช่น ไม่บอกว่า "ทำได้" แต่ภายหลังบอกว่า "ทำไม่ได้" หรือนัดผู้ป่วยไว้เวลา 10.00 น. แต่มาจริง เวลา 11.00 น. เป็นต้น
5. รับฟังผู้ป่วยพูดถึงความรู้สึกของเขาด้วยความตั้งใจ ไม่แสดงสีหน้าเบื่อหน่าย พูดเสริม หรือพูดทบทวน คำพูดของผู้ป่วยบ้าง ซักถามบ้าง เมื่อไม่แน่ใจ ความหมายที่ผู้ป่วยพูด ฟังโดยไม่คัดค้าน หรือโต้แย้งความคิดเห็น ความเชื่อของผู้ป่วย แต่จะพยายามช่วยผู้ป่วยได้ตระหนักถึงความจริงด้วยตนเอง
6. ไม่แสดงความวิตกกังวลใด ๆ ให้ผู้ป่วยเห็น เพราะจะทำให้ผู้ป่วยรู้สึกว่าพยาบาล ไม่สามารถช่วยเขาได้
7. ไม่ตัดสินใจว่าพฤติกรรมของผู้ป่วยที่แสดงออกมานั้น ถูก หรือผิด ถ้าผู้ป่วยกระทำ ในสิ่งที่พยาบาลเห็นว่าไม่ถูกต้อง พยาบาลต้องหาสาเหตุและพยายามหาทางแก้ไขสาเหตุนั้น ๆ เสีย

8. ถ้าผู้ป่วยแสดงท่าทีที่ไม่สนใจการสนทนา หรือเงียบไปเป็นเวลานาน ๆ พยาบาลจะ บอกผู้ป่วยว่า การเงียบ ของผู้ป่วย หรือการแสดงความไม่พอใจการสนทนาจบกับพยาบาลนั้น ทำให้ พยาบาลรู้สึกไม่สบายใจ การพูดเช่นนี้ นอกจากจะช่วยให้คลายความอึดอัดลงแล้ว ยังไม่แสดงให้ ผู้ป่วยเห็นว่า พยาบาลซื้อสัตย์ที่ยอมรับความไม่สบายใจของ ตนเอง และเกิดความไว้วางใจ พยาบาล เมื่อสังเกตเห็นว่า พยาบาลยอมรับความวิตกกังวลของเขาได้ และได้พยายาม ลดความ วิตกกังวลให้เขาอยู่

9. เมื่อผู้ป่วยไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ได้พยาบาลจะต้องช่วยผู้ป่วย จำกัดขอบเขตพฤติกรรม ของเขามากกว่าที่จะปฏิเสธ หรือปล่อยให้ผู้ป่วยได้รับคำตำหนิจากผู้อื่น โดยพยายามช่วยให้ผู้ป่วยได้ระบายอารมณ์ หรือแสดงอารมณ์ออกมาในทางที่เหมาะสม และ สร้างสรรค์ เช่น ผู้ป่วยจะทูปหน้าต่าง พยาบาลก็แนะนำให้ผู้ป่วยทูป หมอนแทน เป็นต้น นอกจากนี้ พยาบาลจะแสวงหาความช่วยเหลือจากบุคลากรอื่น ๆ ที่จะป้องกันผู้ป่วยไปทำ อันตรายผู้ป่วยอื่นได้

10. แสดงให้ผู้ป่วยเห็นว่า เวลาที่นัดหมายกับผู้ป่วย เป็นเวลาสำหรับผู้ป่วยจริง ๆ เช่น มาพบผู้ป่วยตามเวลา นัดหมายทุกครั้ง หากผู้ป่วยไม่มาพบพยาบาลตามเวลา พยาบาลอาจไป ตามผู้ป่วย หรือนั่งรอผู้ป่วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ลักษณะของผู้ป่วยนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม พยาบาลจะรักษา เวลานั้น ๆ ไว้สำหรับผู้ป่วยต่อไป เพื่อให้ผู้ป่วยเห็นว่า พยาบาลได้ให้เวลานั้น สำหรับผู้ป่วยจริง ๆ

ทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องภาพลักษณ์องค์กร

Kotler (2000) นิยามว่า ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ผลรวมความเชื่อ ความนึกคิด และ ความประทับใจ ที่ บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมี ความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์

พัชราภรณ์ เกษะประकर (2558) ให้ความหมายไว้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นภาพที่อยู่ใน จิตใจหรือ ความรู้สึกโดยรวมหรือเกี่ยวกับด้านต่างๆ ขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยสินค้า การบริการ การบริหารงาน จาก ความหมายของภาพลักษณ์องค์กรที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ภาพรวมทั้งหมดขององค์กร การ บริหารองค์กร ผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความรู้สึกและความ ประทับใจของบุคคลที่มีต่อองค์กร องค์กรประกอบ ของภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ประกอบด้วยการรับรู้ข้อเท็จจริง (Objective Fact) ของบุคคลและการประเมิน ส่วนตัว (Personal Judgment) ของบุคคลเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ในสังคม โดยบุคคลจะทำการ ประเมินการรับรู้ดังกล่าวตาม ลักษณะคุณลักษณะทางประชากร เช่น เพศ การศึกษา และตาม ทัศนคติ ประสบการณ์เดิมของบุคคลที่มี ต่อประเด็น ดังกล่าว ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการ รับรู้ไม่ใช่เป็นข้อเท็จจริงที่เกิดจริงในสังคม เพราะภาพลักษณ์ที่บุคคล คิดคำนึงเกิด จากกระบวนการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนหรือองค์กร ซึ่งจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงใน สังคมก็ได้ รวมทั้งเกิดจากการประเมินส่วนตัวของบุคคลมีความบกพร่อง เนื่องจากขาดวิจารณญาณที่ดีในการ วิเคราะห์เหตุผลว่าอะไรคือสิ่งที่ดี และอะไรคือสิ่งไม่ดี (เสรี วังษ์มณฑา, 2540)

องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร มีความสำคัญในการบริหารระบบและกลไกที่ขับเคลื่อน องค์กรให้บรรลุ ตามเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร ตลอดจนเข้าใจว่า องค์กรและ พนักงานมีศักยภาพด้านใด มีความโดดเด่นด้านใดและข้อบกพร่องอย่างไร เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้ กลายเป็นโอกาสในการบริหารภาพลักษณ์ที่มีคุณค่าและ ยั่งยืน

องค์ประกอบของภาพลักษณ์ มีดังนี้

1. ผู้บริหาร (Executive) องค์การจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ มีนโยบายธุรกิจที่ดี ซื่อสัตย์สุจริต
2. พนักงาน (Employees) องค์การจะดีควรมีบุคลากรที่มีรู้ ทักษะ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีวิญญูณของการบริการ มีบุคลิกภาพที่ดี มีความรับผิดชอบต่องาน
3. สินค้า (Product) มีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับข้อความโฆษณาที่เผยแพร่
4. การดำเนินงาน (Business Practice) ควรมีการคืนกำไรสู่สังคมเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ ให้กับองค์กร
5. กิจกรรมสังคม (Social Activities) คือ การดูแลเอาใจใส่สังคม ร่วมกิจกรรมการกุศลหรือสร้างประโยชน์
6. อุปกรณ์ในสำนักงาน (Equipment and Stationeries)

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่ เกิดขึ้นในใจของบุคคล โดยภาพดังกล่าวอาจเป็นสิ่งมีชีวิตหรือไม่ มีชีวิตก็ได้ซึ่งเกิดจากการรับรู้ข่าวสารหรือการกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก หรือเกิดจากการที่บุคคล สร้างภาพขึ้นในจิตใจของตนเองก็ได้ (อภิชาต พุกสวัสดิ์ , 2556)

โดยแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์จากงานวิจัยในอดีตนั้น เป็นการศึกษภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ดังกล่าวเป็นการศึกษาจากองค์กรรวม กล่าวคือ ไม่ได้มีการระบุว่า ภาพลักษณ์ดังกล่าวถูกสร้างขึ้นจากพนักงาน สินค้าและบริการ หรือการโฆษณาทางการตลาด ผู้วิจัย จึงได้มีการกำหนดขอบเขตการศึกษาโดยทำการศึกษาเฉพาะภาพลักษณ์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความแม่นยำ และนำไปใช้ได้ อย่างถูกต้องมากขึ้น โดยใช้กระบวนการเกิด ภาพลักษณ์ในด้านช่องทางการสื่อสาร (หมายถึง สื่อประเภทต่าง ๆ) มา กำหนดเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อ การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีและนำมาเป็นแนวทางในการ สร้างกรอบ แนวความคิดต่อไป เอกลักษณ์ขององค์กร ชื่อเสียง สภาพแวดล้อม ทางกายภาพ การให้บริการ และการ ติดต่อระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระตุ้นการรับรู้ของ ผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในธุรกิจให้บริการ และ สสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการใน ภาพรวมทั้งหมดที่มีต่อองค์กร การบริหารองค์กร ผลผลิตภัณฑ์ การให้บริการ ตลอดจนความรู้สึกและ ความประทับใจของบุคคลที่มีต่อองค์กร

ทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ (credibility) ความน่าเชื่อถืออันเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความ สนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดประการหนึ่ง สำหรับการ ให้บริการทางสุขภาพ และ ส่งผลให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น มีการพูดปากต่อปาก ความเชื่อถือของผู้มา รับบริการที่มีผลต่อผู้ให้บริการนั้น อาจเกิด ปัจจัยเสริมอื่นๆ เช่น ชื่อเสียงของโรงพยาบาล และ บุคลากรต่างๆในที่มสุขภาพ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี (Loyalty) เป็นสัมพันธ์ภาพระหว่างทัศนคติ และ พฤติกรรมที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่ง จะส่งผลต่อระดับความชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และส่งผลอันดีกับตราผลิตภัณฑ์ (Brand) เป็น ความรู้สึกผูกพันของลูกค้า ต่อผลิตภัณฑ์ มีการแสดงออกในรูปของการซื้อซ้ำ ซึ่งเมื่อเกิดความภักดีจะมี ความถี่ในการซื้อซ้ำสูง เรียกว่า ความ ภักดีของลูกค้า (customer loyalty) ลูกค้าจะมีการยึดถือที่จะ ซื้อซ้ำสินค้าหรือบริการที่ตนชอบต่อไปในอนาคต แม้ว่าคู่แข่ง จะพยายามใช้การตลาดจูงใจให้เปลี่ยนไปใช้ ผลิตภัณฑ์อื่นก็ตาม และมีการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจให้แก่ผู้บริโภค รายอื่นได้รู้จักอีกด้วย (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2552)

กล่าวโดยสรุป ความจงรักภักดีมีความสำคัญต่อการกำหนดในระยะยาวของธุรกิจการบริการ นักการตลาดควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่มุ่งความสำคัญสู่กลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีเป็นหลักการ เพราะกลุ่มผู้ใช้บริการที่จงรักภักดีจะมีปริมาณ การซื้อมากขึ้น เนื่องจากมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าจึงส่งผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นและรักษาส่วนครองตลาดให้เหนือจากคู่แข่งขั้นได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangible) ความเป็นรูปธรรมของการบริการหมายถึง ลักษณะทางกายภาพเป็นภาพลักษณ์ที่เป็น รูปธรรมสัมผัสได้ มีความสำคัญยิ่งต่อความรู้สึกของผู้ใช้บริการ ประชาชนทั่วไป และผู้ให้บริการเป็นสิ่งที่ชัดเจนสามารถสัมผัสได้ทางใจและรับรู้ได้ทันที ได้แก่

1. สิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่ เช่น ที่จอดรถมีเพียงพอ ที่นั่งรอเพียงพอ สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ สวยงาม สดชื่น ปราศจากกลิ่นอับ สิ่งแวดล้อมที่ดีเป็นคุณภาพบริการอย่างหนึ่ง ที่ไม่ต้องใช้บุคลากร เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการรับรู้และสัมผัสได้ เช่น ความสะอาดของอาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ มีบริการน้ำดื่ม
2. เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น มีห้องปฏิบัติการทันสมัย มีห้องเอกซเรย์ และเครื่องมืออื่นๆ ที่จำเป็นในการให้บริการ เช่น เครื่องวัดความดันโลหิต เครื่องชั่งน้ำหนักและส่วสูง ที่มีความพร้อมที่จะใช้งานได้ทันที และมีความเที่ยงตรง
3. เครื่องใช้ที่จำเป็นต่อการให้บริการนั้น ควรจะมีให้เพียงพอต่อจำนวนห้องตรวจ ปริมาณจะต้องไม่มากหรือน้อยเกินไป คุณสมบัติของอุปกรณ์ต้องเหมาะสม และตรงกับ วัตถุประสงค์ของการใช้งาน มิฉะนั้นอาจก่อให้เกิดความล่าช้าในการตรวจวินิจฉัย หรืออาจทำให้ การวินิจฉัยโรคมีความคลาดเคลื่อนได้ อุปกรณ์สำหรับใช้ในการรักษาพยาบาลต้องมีการทำความสะอาด มีการซ่อมแซม และการบำรุงรักษา ให้พร้อมพอใช้ตลอดเวลา
4. บุคลากรที่ให้บริการ มีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ สะอาด มีอาการสำรวมทั้ง 23 ท่าทาง และกริยาวาจา

อุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเช่น ใบนัด แผ่นพับ เอกสารการให้คำแนะนำการมารับ บริการ บ้ายบอกทาง รวมถึงป้ายบอกตำแหน่งของ ห้องตรวจที่มีตัวหนังสือชัดเจน เป็นการสื่อสารอีกแบบ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่รวดเร็ว การใช้สื่อให้เกิดผลดีมีคุณภาพควรมีลักษณะดี มีเนื้อที่เพียงพออยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นได้ง่าย มีความคงทนถาวร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Aliman and Mohamad (2013) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการและความจงรักภักดี โดยมีความพึงพอใจของผู้ป่วยเป็นตัวแปรส่งผ่าน กรณีศึกษา โรงพยาบาลภาคเอกชนในประเทศ มาเลเซีย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความเชื่อมั่น (Assurance) และด้านความเข้าใจ (Empathy) มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี และการรับรู้คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ด้านความไว้วางใจ (Reliability) และด้านความเชื่อมั่น (Assurance) เป็นตัวพยากรณ์ที่สำคัญของความพึงพอใจของผู้ป่วย นอกจากนี้ ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดี โดยการรับรู้คุณภาพ บริการจะเป็นแรงขับที่ส่งผลถึงความพึงพอใจ ซึ่งจะก่อให้เกิดความจงรักภักดี เมื่อทดสอบบทบาท หน้าทีของตัวแปรส่งผ่าน

อย่างความพึงพอใจของผู้ป่วย สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วย รับผิดชอบต่อในฐานะตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial mediator) ในความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้คุณภาพบริการกับความจงรักภักดี

Zaim, Bayyurt, and Zaim (2010) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการและความพึงพอใจ ของผู้ป่วย กรณีศึกษา โรงพยาบาลในตุรกี โดยคุณภาพจะถูกแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility), ด้านความไว้วางใจ (Reliability), ด้านการตอบสนอง (Responsiveness), ด้านความเชื่อมั่น (Assurance), ด้านมารยาท (Courtesy) และด้านความเข้าใจ (Empathy) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility), ด้านความไว้วางใจ (Reliability), ด้านมารยาท (Courtesy) และด้านความเข้าใจ (Empathy) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ป่วยแต่คุณภาพบริการด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และด้านความเชื่อมั่น (Assurance) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ป่วย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่มีต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการผ่านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย ลักษณะ 2 มีรายละเอียดดังนี้

1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้า ศึกษาด้วยตนเอง และรวบรวมข้อมูลจากบทความและงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดในงานวิจัย

2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการวิจัยจากคณะวิชาไปติดต่อขอเก็บข้อมูลกับลูกค้ำของโรงพยาบาลวิภาวดี รวมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการสุ่มตัวอย่าง (Sampling frame) เป็นแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และสุ่มแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) จากนั้นผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามลงรหัส (Coding) แล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกชุด และนำมาลงรหัสประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลโรงพยาบาลวิภาวดี โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการกับความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลโรงพยาบาลวิภาวดีกับความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติ โดยใช้สถิติหาค่าการวิเคราะห์สมการความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Stepwise โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95%

สรุปผลการวิจัย การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วน ดังนี้

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์พบว่า

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท

1.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

1.2.1 ด้านความเป็นธรรมของการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ 1) การมีบัตรนัด และระบบการนัดที่ชัดเจน 2) มีเอกสารแนะนำการปฏิบัติตัวก่อน-หลังการรักษา และ 3) ท่านพิจารณาสิ่งแวดล้อมภายในโรงพยาบาลเอกชน เช่น ความสะอาด อากาศถ่ายเท ความสวยงาม เป็นต้น ตามลำดับ

1.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ 1) โรงพยาบาลที่มีการแสดงมาตรฐานการรักษาไว้ชัดเจน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล 2) ท่านให้ความสำคัญกับการประเมินอาการเบื้องต้นที่ถูกต้องตั้งแต่แรก และ 3) โรงพยาบาลมีเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัย เพื่อใช้ประกอบการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง และแม่นยำ ตามลำดับ

1.2.3 ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ 1) ท่านพิจารณาถึงการมีแพทย์ที่ประจำฉุกเฉินเพื่อความปลอดภัยของผู้ป่วย 2) โรงพยาบาลเอกชนมีแพทย์เฉพาะทางเพียงพอต่อการให้บริการ และ 3) ผู้ให้บริการมีความพร้อมต่อการตอบข้อซักถาม หรือการให้ข้อมูล ตามลำดับ

1.2.4 ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้มารับบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้มารับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ 1) แพทย์มีการอธิบายและนำเสนอเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษาและผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างดี 2) ท่านได้รับการรักษาตามมาตรฐานทางการแพทย์ และหายจากการเจ็บป่วย และ 3) แพทย์มีการประเมิน และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพของท่านการตรวจสุขภาพจนถึงขั้นตอนการรักษาเป็นอย่างดี ตามลำดับ

1.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล

1.3.1 ด้านความชำนาญในทางกระบวนการรักษา พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ด้านความชำนาญในทางกระบวนการรักษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ 1) แพทย์มีการอธิบายและนำเสนอเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษาและผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างดี 2) แพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของท่านได้ถูกต้อง และ 3) แพทย์มีการประเมิน และให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับสุขภาพของท่านการตรวจสุขภาพจนถึงขั้นตอนการรักษาเป็นอย่างดี ตามลำดับ

1.3.2 ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ด้านภาพลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ 1) แพทย์มีการประเมิน และให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับสุขภาพของท่านการตรวจสุขภาพจนถึงขั้นตอนการรักษาเป็นอย่างดี 2) แพทย์มีการอธิบายและนำเสนอเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษาและผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างดี และ 3) แพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของท่านได้ถูกต้อง ตามลำดับ

1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ด้านความชำนาญในทางกระบวนการรักษา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ 1) ท่านมีความเชื่อมั่นในโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านใช้บริการ 2) ท่านจะแนะนำโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านเลือกใช้บริการให้กับผู้อื่น และ 3) ท่านจดจำสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลที่ท่านเลือกใช้ได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

2. การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่

การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ ดังนี้

การทดสอบสมมติฐาน สรุปจำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่าปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่าความชำนาญในทางกระบวนการรักษาและ ด้านภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการเป็นด้านที่ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความเห็นต่อเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของตริษฐ จำปาทอง (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการ บริการก่อนและหลังใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ กรณีศึกษา โรงพยาบาลศิริราช พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพการบริการก่อนและหลังการให้บริการโดยรวม และความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยคุณภาพในการโดยคุณภาพในการบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาได้แก่ด้านความเป็น
ธรรมของการบริการความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนองด้านการให้ความเชื่อมั่นและการเอาใจใส่

ด้านความเป็นธรรมของการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ
คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zaim,
Bayyurt, and Zaim (2010) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการและความพึงพอใจ ของผู้ป่วย กรณีศึกษาโรงพยาบาลในตุรกี
พบว่า คุณภาพบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility), ด้านความไว้วางใจ (Reliability), ด้าน
มารยาท (Courtesy) และด้านความเข้าใจ (Empathy) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ป่วย

ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ
คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยโรงพยาบาลที่มีการแสดง
มาตรฐานการรักษาไว้ชัดเจน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล สอดคล้องกับงานวิจัยของสม ฤดี ธรรม
สุรดี (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของ
โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ด้านความน่าเชื่อถือ ในการให้บริการ, ด้านความเห็นอกเห็นใจ

ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็น
ด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดย
พิจารณาถึงการมีแพทย์ที่ประจำตึกฉุกเฉินเพื่อความปลอดภัยของผู้ป่วยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ
ตรีสุข จำปาทอง (2553) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการ บริการก่อนและหลังใช้บริการแผนก
ผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ กรณีศึกษา โรงพยาบาลศิริราช พบว่าผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพการ
บริการก่อนและหลังการใช้บริการโดยรวม และความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยคุณภาพ
ในการโดยคุณภาพในการบริการที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาได้แก่ด้านความเป็นธรรมของการบริการความน่าเชื่อถือ
ด้านการตอบสนองด้านการให้ความเชื่อมั่นและการเอาใจใส่

ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ พบว่า ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการโดยรวมอยู่
ในระดับมาก โดยแพทย์มีการอธิบายและนำเสนอเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษาและผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างดี ได้รับการรักษา
ตามมาตรฐานทางการแพทย์ และหายจากการเจ็บป่วย และแพทย์มีการประเมิน และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพของ
ท่านการตรวจสุขภาพจนถึงขั้นตอนการรักษาเป็นอย่างดีไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสมฤดี ธรรมสุรดี (2554) ได้ศึกษา
เรื่องปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนใน
เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ, ด้านการตอบสนองต่อความ
ต้องการการบริการ, ด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนใน
เขต กรุงเทพมหานคร

ด้านความชำนาญในทางกระบวนการรักษา พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแพทย์มีการอธิบายและนำเสนอเกี่ยวกับขั้นตอนการ
รักษาและผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างดี แพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของท่านได้ถูกต้อง และแพทย์มีการประเมิน
และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพของท่านการตรวจสุขภาพจนถึงขั้นตอนการรักษาเป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ
อรทัย เลิศวรรณวิทย์ และ ณิชร์ กุลิสร์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการ และความภักดีด้านพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางการแพทย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้

บริการโรงพยาบาลบีเอ็นเอช โดยแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ครอบครัว/เพื่อนญาติ โดยให้ความสำคัญด้านคุณภาพในการให้บริการทางการแพทย์มากที่สุด

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ด้านภาพลักษณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแพทย์มีการประเมิน และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพของ ทำการตรวจสุขภาพจนถึงขั้นตอนการรักษาเป็นอย่างดี แพทย์มีการอธิบายและนำเสนอเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษาและผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างดี และแพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของท่านได้ถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของสมฤดี ธรรมสุริ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการมีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร

ความภักดีของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาวดี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ด้านความชำนาญในทางกระบวนการรักษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความเชื่อมั่นในโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านใช้บริการ จะแนะนำโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านเลือกใช้บริการให้กับผู้อื่น และจดจำสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลที่ท่านเลือกใช้ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุล ตานนท์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการด้านต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดี ของผู้เข้ารับบริการโดยเฉพาะคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองที่รวดเร็วจะส่งผลต่อระดับ ความพึงพอใจในขณะที่คุณภาพการบริการด้านภาพลักษณ์ของสถานที่, ด้านการสร้าง ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ดูแลของสถานบริการทางแพทย์จะส่งผลต่อระดับความภักดีของคนไข้ที่เข้ามา รับบริการ

สมมติฐานข้อที่ 1 : คุณภาพบริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ
โรงพยาบาลวิภาวดี ตามสมมติฐานพบว่า คุณภาพบริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลวิภาวดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ (Kotler, 2000, อ้างถึงใน ยุพารรณ วรณวณิชย์, 2548, หน้า 9) กล่าวว่า บริการ (Services) เป็นกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง กิจกรรมดังกล่าวไม่มีตัวตนและไม่มีใคร เป็นเจ้าของ ซึ่งในการผลิตบริการนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้ อาจกล่าวโดยรวมได้ว่า การบริการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้น จะมีสินค้าเป็นองค์ประกอบร่วมด้วยหรือไม่ก็ได้การบริการตรงกับคำใน ภาษาอังกฤษว่า "Service" ซึ่งเป็นคำที่เราคุ้นเคยและคนส่วนมากจะ เรียกร้องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน

จากผลการวิจัยนี้ พบว่าคุณภาพบริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเตนนา มุงสูงเนิน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ : กรณีบริษัทไดนามิค อินเทอร์เน็ต จำกัด พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ผู้ใช้บริการมี ความภักดีต่อบริษัท ไดนามิค อินเทอร์เน็ต จำกัด แตกต่างกัน ในส่วนของพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการ พบว่าองค์ประกอบด้านการบริการที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ความ รวดเร็ว การรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ไปในทิศทางเดียวกัน กับความภักดีของผู้ใช้บริการ บริษัทไดนามิค อินเทอร์เน็ต จำกัด

สมมติฐานข้อที่ 2 : ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล
วิภาวดี ตามสมมติฐานพบว่าภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2552) กล่าวว่าความภักดี (Loyalty) เป็นสัมพันธ์ภาพระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะส่งผลต่อระดับความชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และส่งผลอันดีกับตราผลิตภัณฑ์ (Brand) เป็น ความรู้สึกผูกพันของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ มีการแสดงออกใน

รูปของการซื้อซ้ำ ซึ่งเมื่อเกิดความภักดีจะมี ความถี่ในการซื้อซ้ำสูง เรียกว่า ความภักดีของลูกค้า (customer loyalty) ลูกค้าจะมีการยึดถือที่จะ ซื้อซ้ำสินค้าหรือบริการที่ตนชอบต่อไปอนาคต แม้ว่าคู่แข่งจะพยายามใช้การตลาดจูงใจให้ เปลี่ยนไปใช้ ผลลัพธ์ที่อื่นก็ตาม และมีการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจให้แก่ผู้บริโภคคนอื่นได้รู้จักอีกด้วย

จากผลการวิจัยนี้ พบว่าภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภา รัม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภารัมซึ่ง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ กรณีศึกษาโรงพยาบาล เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คนไข้ที่เข้ารับบริการ มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับในด้านต่าง ๆ ใน ระดับดีมีความพึงพอใจและความภักดี ต่อสถานบริการทางการแพทย์ในระดับสูงและจากการทดสอบสมมุติฐานทาง สถิติแสดงให้เห็นถึง ระดับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการด้านต่าง ๆ มีผลต่อระดับความพึงพอใจและความภักดี ของผู้เข้ารับบริการโดยเฉพาะคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองที่รวดเร็วจะส่งผลกระทบต่อระดับ ความพึงพอใจในขณะที่ คุณภาพการบริการด้านภาพลักษณ์ของสถานที่, ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ดูแลของสถานบริการ ทางแพทย์จะส่งผลกระทบต่อระดับความภักดีของคนไข้ที่เข้ามา รับบริการ

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น

เด่นนภา มุ่งสูงเนิน. (2557). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ : กรณีบริษัทไดนามิก

อินเตอร์ทรานสปอร์ต จำกัด. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการ บริหารธุรกิจ,

(เมษายน-มิถุนายน), 83-104

ตรีสุข จำปาทอง. (2553).ความคาดหวังและการรับรู้ คุณภาพบริการก่อนและหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการแผนก

ผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการโรงพยาบาลศิริราช กรณีศึกษาโรงพยาบาลศิริราช. (วิทยานิพนธ์

ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี

สมฤดี ธรรมสุริ. (2554).ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความ ภักดีต่อตราสินค้าของ

โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ธนาภิกุปตานนท์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ การบริการที่ได้รับกับ

ความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้:กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.สืบค้นจาก

[http://resjournal.kku.ac.th/social\(be\)/PDF/10\(2\)160-172.pdf](http://resjournal.kku.ac.th/social(be)/PDF/10(2)160-172.pdf).

อรทัย เลิศวรรณวิทย์ และณัฏษ์ กุลิสร์. (2554). คุณภาพการให้บริการและความภักดีด้านพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทางการแพทย์ในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชราชมงคลสุวรรณดุสิต

Kotler, Philip.(2000). Marketing Management. The Millennium edition.New Jersey: Prentic - Hall

Zaim, H., Bayyurt, N., & Zaim, S. (2010).Service quality and determinants of customer satisfaction in hospital

: Turkish experience. International Business & Economics Research Journal, 9, 51-58