

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

Service Marketing Factors that is Important to Customers' Decision
to Choose Services from Private Hospitals in Ubon Ratchatani Province

รัตนภรณ์ แซ่ลี

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Rattanaporn Saelee

Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University

Corresponding Author E-mail: rattanaporn.s@ubru.ac.th

(Received: 11 Mar, 2020; Accepted: 14 Apr, 2020)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี และ 2) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ .94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 25,001 บาทขึ้นไป โดยปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านในภาพรวม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ตามลำดับ และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของความสำคัญต่อการตัดสินใจต่ำที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: โรงพยาบาลเอกชน ปัจจัยด้านการตลาด กระบวนการตัดสินใจ

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the marketing factor that influenced the decision to get services from private hospitals in Ubon Ratchatani Province and 2) to study general information of private hospital users in Ubon Ratchathani. The samples consisted of 400 customers who had ever got any services from private hospitals in Ubon Ratchatani Province with stratified random sampling. The questionnaires were used to collect data. The statistics used in analyzing research data were percentage, mean, and standard deviation. The results of the research revealed that; 1) most of the respondents were female, 31-40 years old of age, having a Bachelor's Degree, single, job employee state enterprise/civil servant, and higher than 25,001 baht of personal income per month. 2) the marketing factor that influenced the decision to get services from private hospitals in Ubon Ratchatani Province was at a high level. When considering each item, first, it was found that the importance of the product to the decision making is at a high level, followed by the distribution channels and process, respectively, and the item with the lowest mean of important on decision making was marketing promotion.

Keyword: Private Hospital, Marketing Factor, Decision Making Process

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจโรงพยาบาล เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ และถือว่าเป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้มีการวิเคราะห์ธุรกิจโรงพยาบาลพบว่า ธุรกิจของโรงพยาบาลมีแนวโน้มขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 มีการจัดตั้งโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.81 และมีรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 4 ปีที่ผ่านมา โดยภาพรวมของกำไรในปี 2560 เติบโตขึ้นร้อยละ 3.8 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) สอดคล้องกับการวิจัยจากวิจัยกรุงศรี ปี 2562 พบว่า ธุรกิจโรงพยาบาลยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2562-2564 โดยคาดว่ารายได้ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเฉพาะที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10-13 นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเชิงบวกจากภาครัฐ เช่น การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ” โดยกำหนดให้อุตสาหกรรมด้านการแพทย์เป็น 1 ใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยมีสิทธิประโยชน์ในด้านการลดหย่อนภาษี เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีปัจจัยที่ท้าทาย คือ การขาดแคลนแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ กฎระเบียบของทางการ เช่น การนำยาเข้าบัญชีสินค้าและควบคุม รวมไปถึงการแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศ โดยโรงพยาบาลรัฐหลายแห่งเริ่มมีการปรับตัวให้เทียบเคียงมาตรฐานโรงพยาบาลเอกชน เช่น โรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ โรงพยาบาลรามธิบดี เป็นต้น (วิจัยกรุงศรี, 2562) ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ มีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจบริการ เนื่องจากจะส่งผลต่อความพึงพอใจของ

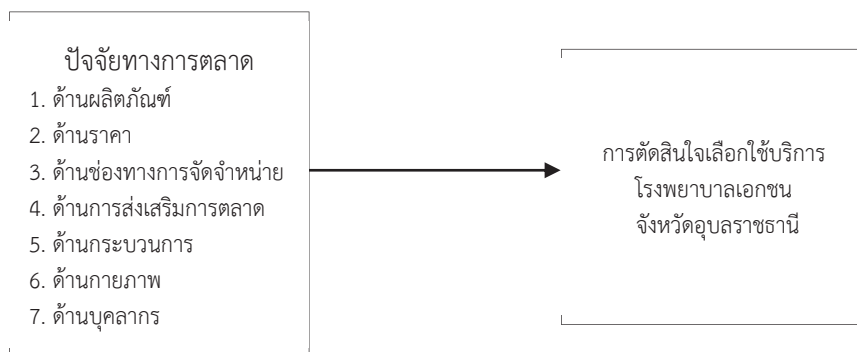
ลูกค้า และทำให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ดังนั้นหากธุรกิจบริการสามารถพัฒนาปัจจัยทางการตลาดบริการได้ ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันได้

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดขนาดใหญ่ โดยมีประชากรในปี พ.ศ. 2559 จำนวน 1,862,965 คน โดยอยู่ในเขตเทศบาลร้อยละ 20.63 นอกเขตเทศบาลร้อยละ 79.37 (สำนักงานสถิติ จังหวัดอุบลราชธานี, 2559) มีอาณาเขตติดต่อกับหลายจังหวัด เช่น ยโสธร ศรีสะเกษ และอำนาจเจริญ นอกจากนี้ยังมีอาณาเขต ติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา จากปัจจัยดังกล่าวทำให้ ความต้องการสถานพยาบาลจากคนภายในประเทศและภายนอกประเทศเข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลจำนวนมาก โดยจังหวัดอุบลราชธานี มีโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับคือโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ โรงพยาบาลประจำอำเภอ และคลินิกต่าง ๆ จำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีโรงพยาบาลเอกชนอีก จำนวน 5 แห่ง คือ โรงพยาบาลอุบลรักษ์ โรงพยาบาลราชเวช โรงพยาบาลร่มเกล้า โรงพยาบาลสรรพสิทธิอินเตอร์ และ โรงพยาบาลรักษามะเร็งชีวามิตร ซึ่งเป็นโรงพยาบาลที่รักษาโรคมะเร็งโดยเฉพาะ ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าว จะเห็นได้ว่าแม้จะมีปัจจัยบวกในด้านจำนวนประชากรที่เข้ามารักษาทั้งในและต่างประเทศ แต่เมื่อ เปรียบเทียบกับจำนวนของโรงพยาบาลและในสถานการณ์เศรษฐกิจที่ค่อนข้างซบเซา จะส่งผลให้การแข่งขัน ในธุรกิจโรงพยาบาลมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน เพื่อช่วยให้โรงพยาบาลเอกชนสามารถใช้ประโยชน์จาก งานวิจัย เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนแน่นอน

กลุ่มตัวอย่างจำนวนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้สูตรคอคอรัน (Cochran, 1977) $N = (Zc / em)^2$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่น ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด โดยเป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิ โดยแบ่งสุ่มประชากรในแต่ละโรงพยาบาลทั้ง 4 โรงพยาบาล ประกอบด้วย โรงพยาบาลอุบลรักษ์ โรงพยาบาลราชเวช โรงพยาบาลร่มเกล้า โรงพยาบาลสรรพสิทธิอินเตอร์ โดยไม่ได้เก็บข้อมูลจากโรงพยาบาลชีวามิตรา เนื่องจากเป็นโรงพยาบาลเฉพาะด้าน ซึ่งอาจจะมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการแตกต่างจากกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนที่รับรักษาโรคทั่วไป โดยสุ่มแบบสะดวกโรงพยาบาลละ 100 คน ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไข คือไม่น้อยกว่า 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม โดยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในของเครื่องมือวิจัยได้ .81 และนำไปทดลองใช้เครื่องมือวิจัย (Try Out) กับผู้ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 30 คน และได้วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .94 ซึ่งสอดคล้องกับกฎของ (Cochran, 1977) ที่ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .70 ขึ้นไปถือว่ามีความน่าเชื่อถือสามารถนำแบบทดสอบไปใช้ได้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติ ได้แก่ 1) ร้อยละ (Percentage) 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในจังหวัดอุบลราชธานี	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	174	43.50
หญิง	226	56.50
อายุ		
ต่ำกว่า – เท่ากับ 20 ปี	16	4.00
อายุ 21 – 30 ปี	134	33.50

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในจังหวัดอุบลราชธานี	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 31 – 40 ปี	179	44.75
อายุ 41 – 50 ปี	50	12.50
อายุ 51 ปี ขึ้นไป	21	5.25
สถานภาพการสมรส		
โสด	244	61.00
สมรส	152	38.00
หย่าร้าง/หม้าย	4	1.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	153	38.25
ปริญญาตรี	184	46.00
สูงกว่าปริญญาตรี	63	15.75
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	97	24.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	138	34.50
พนักงานบริษัทเอกชน	117	29.25
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	48	12.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท	102	25.50
รายได้ 15,001 – 25,000 บาท	130	32.50
รายได้ 25,001 บาทขึ้นไป	168	42.00
รวม	400	100

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ มีผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน มีข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้ ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 ส่วนมากมีสถานภาพโสด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคือ 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 โดยมีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอุบลราชธานี ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
โรงพยาบาลมีชื่อเสียงยาวนาน	4.58	.41	มากที่สุด
ยารักษาโรคมียุคคุณภาพที่ดีกว่า	4.60	.33	มากที่สุด
มีโปรแกรมการตรวจสุขภาพครอบคลุมความต้องการมากกว่า	4.30	.34	มาก
มีบริการทางการแพทย์ที่หลากหลายมากกว่า	4.63	.36	มากที่สุด
แพทย์และพยาบาลมีความรู้ความสามารถสูง	4.65	.39	มากที่สุด
มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย	4.57	.39	มากที่สุด
มีความชำนาญในการวินิจฉัยโรค	4.68	.36	มากที่สุด
มีการให้บริการสำหรับสิทธิต่าง ๆ ของภาครัฐ	4.78	.38	มากที่สุด
รวม	4.60	.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี พิจารณางค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.60$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรก คือ มีการให้บริการสำหรับสิทธิต่าง ๆ ของภาครัฐ ($\bar{x} = 4.78$) มีความชำนาญในการวินิจฉัยโรค ($\bar{x} = 4.68$) และ แพทย์และพยาบาลมีความรู้ความสามารถสูง ($\bar{x} = 4.65$)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาของโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ด้านราคา	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
มีการแจ้งราคาค่าตรวจวินิจฉัยอย่างชัดเจน	4.21	.37	มาก
มีการแสดงราคาค่าห้องและค่าบริการชัดเจน	4.10	.36	มาก
มีการประเมินค่ารักษาพยาบาลก่อนรับบริการ	4.02	.37	มาก
มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	4.00	.38	มาก
ราคาเหมาะสมกับการบริการ	4.45	.37	มาก
ราคายามีความเหมาะสมกับคุณภาพยา	4.12	.36	มาก
รวม	4.15	.37	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยด้านราคาของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี พิจารณาองค์ประกอบด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรก คือ มีราคาเหมาะสมกับการบริการ ($\bar{x} = 4.45$) มีการแจ้งราคาค่าตรวจวินิจฉัยอย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.21$) และ ราคายามีความเหมาะสมกับคุณภาพยา ($\bar{x} = 4.12$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ทำเลที่ตั้งโรงพยาบาลสะดวกในการเดินทาง	4.55	.36	มากที่สุด
มีบริการข้อมูลข่าวสารและให้คำแนะนำผ่านทางเว็บไซต์	4.24	.37	มาก
มีรถพยาบาลไว้ รับ-ส่งเพียงพอ	4.10	.34	มาก
มีบริการส่งต่อผู้ป่วยระหว่างโรงพยาบาล	4.27	.36	มาก
มีช่องทางที่สามารถติดต่อโรงพยาบาลได้อย่างสะดวก	4.38	.34	มาก
รวม	4.31	.35	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี พิจารณาองค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรก คือ มีทำเลที่ตั้งโรงพยาบาลสะดวกในการเดินทาง ($\bar{x} = 4.55$) มีช่องทางที่สามารถติดต่อโรงพยาบาลได้อย่างสะดวก ($\bar{x} = 4.38$) และ มีบริการส่งต่อผู้ป่วยระหว่างโรงพยาบาล ($\bar{x} = 4.27$)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุและแผ่นป้ายโฆษณา	3.95	.43	มาก
มีส่วนลดในการตรวจสุขภาพ	4.12	.38	มาก
มีการให้ค่าส่วนลดค่าห้อง ค่ายา และค่ารักษาพยาบาล	4.35	.38	มาก
มีโปรโมชั่นต่าง ๆ ร่วมกับบัตรเครดิตมากมาย	4.37	.35	มาก
มีเอกสารแผ่นพับความรู้เรื่องสุขภาพแจกฟรี	3.85	.41	มาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
มีการลดราคาสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกของโรงพยาบาล	3.95	.40	มาก
มีการลดราคาในช่วงเทศกาล	3.92	.35	มาก
รวม	4.07	.39	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี พิจารณาองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรก คือ มีโปรโมชั่นต่าง ๆ ร่วมกับบัตรเครดิตมากมาย ($\bar{x} = 4.37$) มีการให้ค่าส่วนลดค่าห้อง ค่ายา และค่ารักษาพยาบาล ($\bar{x} = 4.35$) และ มีส่วนลดในการตรวจสุขภาพ ($\bar{x} = 4.12$)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกระบวนการของโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
มีการบริการที่รวดเร็ว	4.57	.40	มากที่สุด
มีการบริการที่เป็นมาตรฐาน และสะอาด ปลอดภัย	4.38	.36	มาก
มีการให้บริการตามลำดับคิวได้อย่างถูกต้อง	4.25	.38	มาก
มีกระบวนการการทำงานที่เป็นระบบและไม่ซ้ำซ้อน	4.10	.40	มาก
มีการยอมรับความคิดเห็นจากลูกค้าเมื่อเกิดการร้องเรียน	4.12	.40	มาก
รวม	4.28	.39	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี พิจารณาองค์ประกอบด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.28$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรก คือ มีการบริการที่รวดเร็ว ($\bar{x} = 4.57$) มีการบริการที่เป็นมาตรฐาน และสะอาด ปลอดภัย ($\bar{x} = 4.38$) และ มีการให้บริการตามลำดับคิวได้อย่างถูกต้อง ($\bar{x} = 4.25$)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกายภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ด้านกายภาพ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
มีเก้าอี้สำหรับรอตรวจอย่างเพียงพอ	4.22	.36	มาก
มีห้องรับรองลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างเพียงพอ	4.13	.34	มาก
มีการตกแต่งภายในที่สวยงามสามารถสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้รับบริการ	4.35	.37	มาก
มีห้องเด็กเล่นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ	4.09	.35	มาก
มีห้องอาหารไว้สำหรับให้บริการอย่างเป็นระบบ	4.08	.35	มาก
โรงพยาบาลมีทางเข้า-ออก สะดวก	4.05	.29	มาก
สถานที่บริการ มีความสะอาดเรียบร้อย	4.06	.37	มาก
สถานที่บริการ มีอากาศถ่ายเทสะดวก	4.04	.38	มาก
สถานบริการ มีแสงสว่างเพียงพอ	4.09	.36	มาก
มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ	4.32	.34	มาก
รวม	4.14	.35	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่าปัจจัยด้านกายภาพของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี พิจารณาองค์ประกอบด้านกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรก คือ มีการตกแต่งภายในที่สวยงามสามารถสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้รับบริการ ($\bar{x} = 4.35$) มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x} = 4.32$) และมีเก้าอี้สำหรับรอตรวจอย่างเพียงพอ ($\bar{x} = 4.22$)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านบุคลากรของโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.25	.38	มาก
พนักงานมีความรู้ในงานของตนเป็นอย่างดี	4.12	.36	มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจลูกค้า	4.17	.35	มาก
มีแพทย์และพยาบาลไว้บริการอย่างเพียงพอ	4.30	.38	มาก

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล
พนักงานมีความรอบคอบในการทำงาน ผิดพลาดน้อย	4.12	.35	มาก
พนักงานมีความสุภาพในการให้บริการ	4.09	.37	มาก
พนักงานมีการให้บริการทุกท่านอย่างเสมอภาค	3.85	.37	มาก
รวม	4.13	.37	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรของโรงพยาบาลเอกชน ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี พิจารณารายการประกอบด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรก คือ มีแพทย์และพยาบาลให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x} = 4.30$) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.25$) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจลูกค้า ($\bar{x} = 4.17$)

สรุปการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายข้อพบว่า 3 ลำดับแรกคือ มีการให้บริการสำหรับสิทธิต่าง ๆ ของภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิชัย อูระวิท (2562) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์พบว่า ปัจจัยด้านการประกันสุขภาพทำให้เข้าใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น และหากโรงพยาบาลมีแพทย์ที่มีความชำนาญในการวินิจฉัยโรคแพทย์และพยาบาลมีความรู้ความสามารถสูง จะทำให้ผู้ป่วยมีความมั่นใจในการเลือกใช้บริการมากโรงพยาบาลมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zheng, Hui & Yang (2017) ที่ได้ศึกษาในเรื่องของความเชื่อมั่นต่อโรงพยาบาลและบุคลากรในสถานพยาบาล โดยพิจารณาจากความเชื่อมั่นกับความตั้งใจซื้อ พบว่าผู้ป่วยจะเลือกโรงพยาบาลที่มีแพทย์ที่ตนเองเชื่อมั่นทำงานที่โรงพยาบาลนั้น ๆ

2. ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีความสำคัญใน 3 ลำดับแรกคือ มีราคาเหมาะสมกับการบริการ มีการแจ้งราคาค่าตรวจวินิจฉัยอย่างชัดเจน และราคายามีความเหมาะสมกับคุณภาพยา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zheng, Hui & Yang (2017) ได้ศึกษาในเรื่องของความเชื่อมั่นต่อโรงพยาบาลและบุคลากรในสถานพยาบาล โดยพิจารณาจากความเชื่อมั่นกับความตั้งใจซื้อ พบว่าผู้ป่วยจะมีความตั้งใจในการซื้อสูงเมื่อ

ผู้ป่วยพบว่ายามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา และผู้ป่วยจะกังวลในเลือกใช้บริการจากโรงพยาบาลเมื่อผู้ป่วยไม่มีข้อมูลเพียงพอในเรื่องราคา

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านความสำคัญใน 3 ลำดับแรกพบว่าทำเลที่ตั้งโรงพยาบาลสะดวกในการเดินทาง มีช่องทางที่สามารถติดต่อโรงพยาบาลได้อย่างสะดวก และมีบริการส่งต่อผู้ป่วยระหว่างโรงพยาบาล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญาผล เหล่าทา ฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร และเสาวภา มีถาวรกุล (2562) ได้ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วยใน ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ความสำคัญใน 3 ลำดับแรกพบว่า การมีโปรโมชั่นต่าง ๆ ร่วมกับบัตรเครดิตมากมาย โรงพยาบาลมีการให้ค่าส่วนลดค่าห้อง ค่ายา และค่ารักษาพยาบาล รวมไปถึงการมีส่วนลดในการตรวจการสุขภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญาผล เหล่าทา, ฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร และเสาวภา มีถาวรกุล (2562) ได้ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วยใน ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ

5. ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก พบว่า หากมีกระบวนการบริการที่รวดเร็ว มีการบริการที่เป็นมาตรฐาน และสะอาด ปลอดภัย และ มีการให้บริการตามลำดับคิวได้อย่างถูกต้อง นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับที่มาก สอดคล้องกับ Al-Qarni et al. (2013) ได้ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์ส่วนประสมทางด้านการตลาดต่อประสิทธิภาพของโรงพยาบาล โดยวัดจากความพึงพอใจของผู้ป่วย พบว่ากลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ เช่น เวลาในการให้บริการ กระบวนการให้บริการมีความสะอาด มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งความพึงพอใจจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล

6. ปัจจัยด้านกายภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความสำคัญใน 3 ลำดับแรก คือ โรงพยาบาลที่มีการตกแต่งภายในที่สวยงามสามารถสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้รับบริการ มีที่จอดรถให้บริการอย่างเพียงพอ และมีเก้าอี้สำหรับรอตรวจอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ugolini, Rossato & Baccarani (2014) ได้ศึกษาประสาธสัมพันธ์ทั้ง 5 ผ่านมุมมองของผู้ป่วยที่มีผลต่อการประเมินคุณภาพของโรงพยาบาล พบว่าสภาพทางกายภาพ หรือบรรยากาศของโรงพยาบาลผ่านประสาธสัมพันธ์ทั้ง 5 ของผู้ป่วยจะส่งผลถึงความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล

7. ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอุบลราชธานีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านระดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ มีแพทย์

และพยาบาลไว้บริการอย่างเพียงพอ มีพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจลูกค้า เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคล้อยกับงานวิจัยของวิชัย อูระอิต (2562) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลมากที่สุด ในเรื่องของการมีกิริยา มารยาท ท่าทางที่ดีในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดอุบลราชธานี 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยพบว่าหากโรงพยาบาลมีการให้บริการสำหรับสิทธิในการรักษาพยาบาลของภาครัฐ เช่น ประกันสังคม ผู้ใช้สิทธิบัตรทอง หรือผู้ใช้สิทธิข้าราชการ จะทำให้ผู้ป่วยเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น ซึ่งหากผู้บริหารโรงพยาบาลสามารถรองรับกลุ่มที่มีสิทธิจากภาครัฐก็จะช่วยให้มีฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

2. จากการศึกษาระดับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ดังนั้นเพื่อให้สามารถเพิ่มยอดการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนได้มากขึ้น และเกิดความประทับใจต้องกลับมาใช้บริการอีก โรงพยาบาลควรมีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตต่าง ๆ เช่น การตรวจสุขภาพ ราคาพิเศษ หรือระบบการผ่อนจ่ายค่ารักษาพยาบาลผ่านบัตรเครดิต จะสามารถจูงใจให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ควรศึกษาในมุมมองของโรงพยาบาลของรัฐ ในแง่ของการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพเข้ามาใช้บริการจากภาครัฐ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). **บทวิเคราะห์ธุรกิจโรงพยาบาลและสถานพยาบาล ประจำเดือนมีนาคม**

2562. สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2562 จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201903.pdf.

ปัญญาพล เหล่าทา ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิวัฒน์ไกร และเสาวภา มีถาวรกุล. (2562). กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วยใน ในจังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม**, 9(1), 9-17.

- วิชัยกรุงศรี. (2562). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-64 “ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน”. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2562 จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/42e5f42d-4465-4304-92af-60e3c2539460/IO_Private_Hospital_190218_TH_EX.aspx?fbclid=IwAR0rcvNrRoMrDarRB_b9HGhKhLa9mPBmj3s52B8MXsiT2-f4MLTHahv6BtQ.
- วิชัย อูระอิต. (2562). คุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชาชนในจังหวัดนครสวรรค์. **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**, 2(1), 107-119.
- สำนักงานสถิติ จังหวัดอุบลราชธานี. (2559). **สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ: จังหวัดอุบลราชธานี**. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2562 จาก <http://ubon.nso.go.th/images/infographic2560/1-2560.pdf>.
- Al-Qarni, A. A., Alsharqi, O. Z., Qalai, D. A. & Kadi, N. (2013). The Impact of Marketing Mix Strategy on Hospitals Performance Measured by Patient Satisfaction: An Empirical Investigation on Jeddah Private Sector Hospital Senior Managers Perspective. **International Journal of Marketing Studies**, 5(6), 210.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques**. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Ugolini, M., Rossato, C. & Baccarani, C. (2014). A five-Senses Perspective to Quality in Hospitals. **The TQM Journal**, 26(3), 284-299.
- Zheng, S., Hui, S. F. & Yang, Z. (2017). Hospital Trust or Doctor Trust? A Fuzzy Analysis of Trust in the Health Care Setting. **Journal of Business Research**, 78, 217-225.

