

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของ
ประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

Marketing mix that affects people's attitude to using private hospital services

In Bangkok

นายชยากร ญาณมโนวิศิษฐ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร (2.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร (3.) เพื่อศึกษาทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร (4.) เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (5.) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นบุคคลผู้ใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test, One-Way ANOVA, และ Multiple Regression

ผลการศึกษาพบว่า บุคคลผู้ใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน (1.) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป (2.) มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด การจัดการคนหรือพนักงาน กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นั้นอยู่ในระดับสูง (3.) มีทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครอยู่ในเกณฑ์ระดับดี โดยด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองมาเป็นการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ตามลำดับ (4.) โดยปัจจัย

คำสำคัญ : ทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน

ชยากร ญาณมโนวิศิษฐ์
Chayagorn Yanmanovisit

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
Faculty of Business Administration Program in Management

มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Ramkhamhaeng University

ส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ(5.)ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดการคนหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

This research has the objective (1.) To study the personal factors of people in private hospitals. in Bangkok (2.)To study the marketing mix factors of private healthcare facilities. in Bangkok (3.)To study attitudes in using the services of private hospitals. in Bangkok (4.)To compare attitudes in using the services of private hospitals. in Bangkok Classified according to personal factors (5.) To study the marketing mix that affects people's attitudes in using private hospital services. in Bangkok Use a questionnaire as a tool to collect data from a sample group. There were 400 people who used private healthcare facilities in Bangkok. Statistics used in data analysis included t-test, One-Way ANOVA, and Multiple Regression.

The results of the study found that Persons who use private medical facilities (1.) Most are female, aged between 36 - 45 years, marital status, bachelor's degree education. Occupation: employee/employee of a private company and have a monthly income of 30,001 baht or more. (2.) There are marketing mix factors for users of private healthcare facilities in Bangkok. that includes products, prices, places, marketing promotions Managing people or employees, processes, and the physical environment is at a high level (3.) The attitude in using the services of private hospital users in Bangkok is at a good level. The aspect of continuous service has the highest average. Second comes the provision of adequate services. Providing services equally Providing advanced services In terms of providing services in a timely manner, respectively (4.) by personal factors such as gender, age, education level, occupation, and monthly income Different people will have different attitudes in using the service with statistical significance at the 0.05 level and (5.) marketing mix factors in all 7 areas, namely product, price, location, and promotion. In terms of managing people or employees Process side Physical environment Affects the attitude in using services of private hospital users of people in Bangkok with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords : Attitudes in using private hospital services

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยในปัจจุบันประสบปัญหาภัยร้ายอย่างสถานการณ์โควิด-19 และฝุ่นละออง อากาศที่เป็นมลพิษ PM 2.5 จึงส่งผลให้เกิดความเสี่ยงกับประชาชนในเรื่องของสุขภาพ การเจ็บป่วยต่างๆ ประชาชนในฐานะผู้ป่วยที่มาใช้บริการในสถานพยาบาลนั้นส่วนใหญ่ ตั้งความต้องการและความคาดหวังเรื่องการตรวจวินิจฉัยและรักษาโรคให้หายจากการอาการเจ็บป่วย และทางการแพทย์มีการพัฒนายารักษาโรค วัคซีนป้องกันโรคต่างๆ เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพดีขึ้น อัตราการเจริญเติบโตของผู้ที่เข้ารับบริการของสถานพยาบาลมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจสถานพยาบาลเกิดขึ้นมากมายทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านการแพทย์ของประชาชนในปัจจุบันมีการเลือกใช้บริการทางการแพทย์ที่หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งมีความต้องการและความคาดหวังในการรับบริการที่ได้คุณภาพ ถูกต้องและทันสมัยส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจสถานพยาบาลต่างๆ มีการลงทุนในการทำธุรกิจสถานพยาบาลมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้มาใช้บริการให้ได้มากที่สุด โดยการนำนวัตกรรมทางการแพทย์ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ในการตรวจรักษาที่ช่วยให้การรักษาถูกต้องแม่นยำ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับประชาชนและเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

กรุงเทพมหานครได้มีสถานพยาบาลตั้งขึ้นอย่างมากมาย แต่เมื่อประชาชนเจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุต่างๆ อันเป็นเหตุให้ต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล ค่ารักษาพยาบาลที่เกิดขึ้นเพิ่มเติมอาจมีค่าใช้จ่ายที่สูง เพื่อให้หายดีกลับมาเป็นปกติอย่างเช่นเดิมแต่สิ่งที่จะต้องตระหนัก คือคุณภาพของสถานพยาบาลเหล่านั้นสามารถเชื่อถือได้แค่ไหน เพราะการที่สถานพยาบาลทำการรักษานั้นไม่สามารถที่จะประกาศได้ว่าสถานพยาบาลนั้นๆมีการบริการที่ดีเยี่ยมแค่ไหน เนื่องจากโรงพยาบาลเอกชน จำเป็นที่จำต้องจ่ายค่ารักษาซึ่งค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลรัฐบาล แต่สามารถทำให้ประชาชนหลายคนไว้วางใจได้ รวมไปถึงถึงการที่ไม่ต้องรอคิวนานหรือไม่มั่นใจในการให้บริการของพนักงาน ในแต่ละปีจำนวนประชาชนหันไปใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจจะทำให้คุณภาพการให้บริการบางด้านลดลงเนื่องจากความต้องการที่สูงขึ้น จากเหตุดังกล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาว่ามีปัจจัยอย่างไรบ้างที่มีผลต่อทัศนคติ

ความพึงพอใจการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงธุรกิจที่ให้บริการด้านสถานพยาบาลต่างๆสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้ ไปปรับปรุงประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

- 1.3.1 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีทัศนคติในการใช้บริการแตกต่างกัน
- 1.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการของประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร โดยมีการกำหนดขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

1.1 ตัวแปรต้น มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ (5) รายได้ต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) คือ (1) ผลิตภัณฑ์ (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (4) การส่งเสริมการตลาด (5) การจัดการคนหรือพนักงาน (6) กระบวนการ (7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจ คือ (1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (2) การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า

2. ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาเฉพาะประชาชนในกรุงเทพมหานครช่วงอายุระหว่าง 20-54 ปี และบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร และประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือบุคคลที่มีอายุ 20 -54 ปี และบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5,722,761 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ ,2565) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ95 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอายุระหว่าง 20-54 ปี และบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป เป็นผู้ที่เคยใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การศึกษานี้กำหนดช่วงเวลาการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม พ.ศ. 2566

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ช่วงอายุระหว่าง 20-54 ปี และบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป เป็นผู้รับบริการที่เคยมีประสบการณ์การรับ บริการสถานพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งต้องเป็นสถานพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยได้รับการรักษาจากสถานพยาบาลเอกชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีด้วยกันทั้งหมด 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้อมูลประชากรศาสตร์ แบ่งเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ มีข้อมูลดังต่อไปนี้ 1.เพศ 2.อายุ 3.สถานภาพ 4.ระดับการศึกษา 5.อาชีพ 6.รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มี 7 หัวข้อย่อยได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5.ด้านบุคคลากร (People) 6.ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) 7. ด้านกระบวนการ (Process) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นมาตรฐานประมาณค่า (Likert Scale) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 21 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามด้านความพึงพอใจ (Satisfaction) มี 5 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม, 2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา, 3. การให้บริการอย่างเพียงพอ, 4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง, 5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็น มาตรฐานประมาณค่า (Likert Scale) มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยวิธีเก็บแบบสอบถามจากผู้รับบริการที่เคยมีประสบการณ์การรับบริการสถานพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง จากเอกสารสิ่งพิมพ์ งานวิจัยในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด นำมา บันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์และวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทาง สังคมศาสตร์ (SPSS:Statistical Package for the social Sciences) ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษาครั้งนี้ไว้ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ความถี่ (Frequency) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ในแบบสอบถามส่วน ที่ 2 (Nominal scale)

ร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ในแบบสอบถามส่วน ที่ 2 (Nominal scale)

ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามของปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน ส่วนประสมทางการตลาด มาตรวัดแบบ Likert (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความหมายของระดับความคิดเห็น ระดับที่ 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง , ระดับที่ 4 เห็นด้วย , ระดับที่ 3 เฉยๆ , ระดับที่ 2 ไม่เห็นด้วย , ระดับที่ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Interval scale) มาตรวัดแบบ Likert (Interval scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับความหมายของระดับความพึงพอใจ ระดับที่ 5 พึงพอใจมากที่สุด ระดับที่ 4 พึงพอใจมาก ระดับที่ 3 พึงพอใจปานกลาง ระดับที่ 2 พึงพอใจน้อย ระดับที่ 1 พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.) ใช้อธิบายระดับความคิดเห็นของ ผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนบุคคล ด้านส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Interval scale)

2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

การวิเคราะห์การถดถอย (Regression analysis) เป็นวิธีการทางสถิติที่ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ทราบค่า เรียกว่า ตัวแปรอิสระ (independent variation) นิยมใช้สัญลักษณ์ x ซึ่งสามารถนำมาประมาณค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่เรียกว่า ตัวแปรตาม (dependent variation) ใช้สัญลักษณ์ y การศึกษาถึง

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่สามารถบอกได้ว่าตัวแปรใดเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรใดเป็นตัวแปรตาม ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองจะอยู่ในรูปแบบใด ๆ เช่น เส้นตรง เส้นโค้ง เป็นต้น เพื่อใช้ในการทดสอบเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

1. บัญชีส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์บัญชีส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นประชาชนผู้เคยใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่าเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 มีอายุอยู่ในช่วง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.5 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.8 มีอาชีพเป็น พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.5

2. บัญชีส่วนประสมทางการตลาดสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์พบว่า ภาพรวมและรายด้านของบัญชีส่วนประสมทางการตลาดสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด การจัดการคนหรือพนักงาน กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นั้นอยู่ในระดับสูง

3. ทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์พบว่าภาพรวมของทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครอยู่ในเกณฑ์ระดับดี โดยด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองมาเป็นการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน จำนวน 2 ข้อ ดังนี้

1. สมมติฐานที่ 1 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร มีบัญชีส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการแตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการ ในภาพรวมและรายด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีทัศนคติในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติมี 4 ตัวแปรได้แก่ราคา สถานที่ การจัดการคนหรือพนักงาน และกระบวนการ โดยค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.897 ทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันมาก ทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชนในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ $R^2 = 80$ (Adj $R^2 = 0.80$) โดยอีกร้อยละ 20 มีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่นๆ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษา ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีทัศนคติในการใช้บริการแตกต่างกัน โดยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เป็นไปตามสมมติฐานยกเว้นด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกานต์พิชชา บุญทอง (2557) ผลการวิจัย สรุปได้ว่าพฤติกรรมสุขภาพในด้านต่างๆ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน บุคคลแต่ละบุคคลอาจมีพฤติกรรมในการตัดสินใจในการใช้บริการที่แตกต่างกันออกไปโดยขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันหรือความจำเป็นในการรับบริการ อีกทั้งยังมีเรื่องของปัจจัยใน

ด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเพศ วัย สิ่งแวดล้อม หรือแม้กระทั่งพันธุกรรม เพราะฉะนั้นเราควรที่จะพัฒนา หรือปรับเปลี่ยนโครงสร้างในด้านการให้บริการสถานพยาบาลเอกชนให้สามารถรองรับบุคคลทุกประเภทที่ ต้องการจะมาใช้บริการ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของ ประชาชน ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน โดยทัศนคติในการใช้บริการสถานพยาบาล เอกชน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคา สถานที่ การจัดการคนหรือพนักงาน และกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนาถดา ศรีขจร (2558) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดดังนั้นจึงควรทำการเน้นเพื่อตอบสนองต่อความ ต้องการของผู้บริโภค และเพื่อเป็นการวางแผนกลยุทธ์ให้เหนือกว่าคู่แข่งด้วย เพราะฉะนั้นการออกแบบกล ยุทธ์การตลาดเพื่อแข่งขันนั้น ต้องเริ่มด้วยการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น เปรียบเทียบคุณค่าที่กิจการเสนอและการ สร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการส่งเสริม การตลาด กับปัจจัยต่างๆดังกล่าว ด้วยวิธีการเปรียบเทียบนี้ จะทำให้มองเห็นความได้เปรียบในสินค้าของ ตนเองได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ อุดมเวชภัณฑ์และชุติมาวดี ทองจีน (2560) ได้ศึกษา อิทธิพลของการเปิดรับข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ในจังหวัดนนทบุรีผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการ เปิดรับข่าวสาร ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ และด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ ในระดับมาก ในขณะที่ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้ บริการสถานพยาบาลเอกชนของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจหรือผู้ ประกอบธุรกิจสถานพยาบาลเอกชน ตลอดจนนำไปศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ตามข้อแนะนำดังต่อไปนี้

1. สถานพยาบาลเอกชน ควรเน้นไปที่ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทัน ให้มีการฝึกอบรมบุคลากรให้ทำงานได้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่น สามารถให้บริการผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอคอยรับบริการที่ช้านาน และแก้ปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

2. สถานพยาบาลเอกชน ควรเน้นไปที่ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มบุคลากรให้เพียงพอต่อประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชน จะทำให้สามารถดูแลผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนได้อย่างทั่วถึง

3. ในด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคา สถานที่ การจัดการคนหรือพนักงาน และกระบวนการ ดังนั้นสถานพยาบาลเอกชน ควรเน้นในทุกด้านตามที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เช่น ด้านกระบวนการคือมีการดำเนินกระบวนการตามขั้นตอนที่มีระบบไม่เกิดความล่าช้า หากเกิดความล่าช้าหรือผิดพลาดประการใดต้องมีการแก้ไขอย่างรวดเร็วในปัญหาที่เกิดขึ้น หากเป็นด้านการจัดการคนหรือพนักงานจะต้องให้การอบรมพนักงานให้มีความพร้อมตลอดเวลาเพื่อให้รับมือหรือปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพตลอดเวลา เพื่อให้ประชาชนผู้มาใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนเกิดความพึงพอใจที่ได้รับบริการจากสถานพยาบาลเอกชน

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้มีการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมเป็นแบบสอบถาม แก่ผู้ที่มาใช้บริการ สำหรับการศึกษาในครั้งถัดไปผู้วิจัยควรใช้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มีความละเอียดกว่า โดยใช้เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก และเป็นการสอบถามและสนทนากับผู้ให้บริการโดยตรง ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด และได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเฉพาะสถานพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานพยาบาลรัฐบาล เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลในรูปแบบของสถานพยาบาลรัฐบาลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ปริญญช แก้วบริสุทธิ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาล เอกชนขนาดใหญ่ ที่ได้รับมาตรฐาน JCI แผนกอายุรกรรม ผู้ป่วยนอก ในเขต กรุงเทพมหานคร. ปริญญาการ จัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิกานดา วิทยาแพทย์. (2558). ความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณ.

ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2563). จากฝุ่น PM 2.5 ผู้ โควิด-19: ร่วมฝ่าวิกฤตไปด้วยกัน. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2566, จาก <https://infocenter.nationalhealth.or.th/node/28161>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565) สถิติแรงงาน สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2566, จาก statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/02.aspx

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565) สถิติสุขภาพ สืบค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2566, จาก statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/05.aspx