ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

สารนิพนธ์

ของ

นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ตุลาคม 2547

ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

362.10425
พ๑๖๕ค
ร.3

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

บทคัดย่อ

ของ

นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ

31 ส.ค. 2548

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ตุลาคม 2547

ท 258458

ไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ. (2547). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์.* สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ เพื่อนำผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการวางกลยุทธในการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาแนวทางและวิธีการให้บริการของโรงพยาบาลให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตราฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียรสัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS For Window Version 11.5

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วงระหว่าง 26 – 35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้อยู่ในช่วงไม่เกิน 20,000 บาท และมีความพึงพอใจมากต่อโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านส่วนผลมการตลาดบริการ (7Ps) และยังพบว่าผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าอาจจะกลับมาใช้บริการซ้ำที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์อย่างแน่นอน และมีความเป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. ผู้ที่ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

4. ผู้ที่ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ทั้งโดยรวม และ รายด้าน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

RELATIONSHIP BETWEEN SATISFACTION AND BEHAVIORS OF MEDICAL-SERVICE CUSTOMERS AT BUMRUNGRAD HOSPITAL

AN ABSTRACT

BY

MR. PAITOON THAMRONGKITTIKUN

Presented in partial fulfillment of the requirements

for the Master of Business Administration degree in Management

at Srinakarinwirot University

October 2004

Paitoon Thamrongkittikun (2004). *Relationship between satisfaction and behaviors of medical – service customers at Bumrungrad Hospital.* Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Dr.Paiboon Archarungroj

This research is aimed at studying the relationship between satisfaction in terms of service marketing mix (7Ps) and behaviors of medical service users of Bumrungrad Hospital in terms of revisit and recommending other to use medical service. The results of this study would contribute to the business strategies and the development of services to meet the requirements of the users. The sample for this study were four hundred medical service users of Bumrungrad Hospital. Questionnaires were used as the data collection tool. The statistics used for data analysis were percentage, average, standard deviation, t-test and one-way ANOVA. In the event of significant statistic difference, a pair test was conducted using the Least Significant Difference (LSD) method. Pearson's product moment correlation coefficient was used to analyze the relationship. SPSS for Windows Version 11.5 was used to analyze statistic data.

The results of the research are as follows:

Most of the service users who completed the questionnaires were female aged 26-35 years with a bachelor degree, having career with private companies and having salary not exceeding 20,000 Baht. They were very satisfied with Bamrungrad Hospital in terms of service marketing mix (7Ps) and believed that they would definitely revisit at Bumrungrad Hospital and would likely recommend others to use medical services at Bumrungrad Hospital. Further findings are as follows:

1. Gender have no effect on medical service usage behaviors in terms of revisit and recommending other to use medical service.

2. Age have an effect on medical service usage behaviors in terms of revisit and recommending other to use medical service.

3. Education have no effect on medical service usage behaviors in terms of revisit and recommending other to use medical service.

4. Occupation have an effect on medical service usage behaviors in terms of revisit and recommending other to use medical service.

5. Income have an effect on medical service usage behaviors in terms of revisit and recommending other to use medical service.

6. The satisfaction levels of overall and particular service marketing mix (7Ps) are related to medical service usage behaviors in terms of revisit and recommending other to use medical service.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

---ประธาน

(อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์)

---กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์)

---กรรมการ

(อาจารย์ จิตอุษา ขันทอง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

---คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 15 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2547

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยได้รับความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำ ช่วยเหลือตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดียิ่ง นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อย ซึ่งผู้วิจัยซาบซึ่งในความเมตตา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และ อาจารย์ลำสันเลิศกุลประหยัด และอาจารย์จิตอุษา ขันทอง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ อาจารย์จิตอุษา ขันทอง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้วิจัย ตลอดจนขอคุณเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโท สำหรับผู้บริหาร รุ่น 3 ที่ให้ความเอื้อเฟื้อ และเป็นเพื่อนที่ดีตลอดมาทุกท่าน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นประโยชน์ในงานวิจัยครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา ผู้ซึ่งให้ความรัก ความเมตตา อันยิ่งใหญ่ ตลอดจนให้การสนับสนุนในด้านการศึกษาเป็นอย่างดี จนกระทั่งประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
	ความสำคัญของงานวิจัย	2
	ขอบเขตการศึกษาค้นคว้า	2
	กรอบแนวความคิดของการวิจัย	5
	สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์	7
	ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	23
	ทฤษฎีและแนวคิดด้านเกี่ยวกับการให้บริการ	24
	ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับ 7 Ps	25
	ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	29
	แนวความคิดเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ	34
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
3	วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย	42
	การกำหนดกลุ่มประชากร	42
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	43
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
	การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	46
	การทดสอบสมมติฐาน	50
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
	สัญญาลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	52
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	73
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	73
	ความสำคัญของงานวิจัย	73
	สมมติฐานในการวิจัย	74
	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	74
	สรุปผลการวิจัย	76
	การอภิปรายผล	80
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	85
	ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	85
บรรณานุกรม		87
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	90
	ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ	96
	ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	98
ประวัติย่อผู้วิจัย		100

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	โครงสร้างรายได้.....	11
2	สถิติผู้ป่วยและรายได้รวม.....	16
3	มูลค่าการรักษาพยาบาลจำแนกตามประเภท.....	16
4	อัตราการให้บริการรักษาพยาบาล.....	17
5	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ.....	53
6	แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในด้านผลภัณฑ์ของผู้ใช้บริการทาง.....	55
7	แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในด้านราคาของใช้บริการ	56
8	แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความ พึงพอใจในด้านสถานที่การ ให้บริการ ของผู้ใช้บริการทาง.....	56
9	แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความ พึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้บริการ.....	57
10	แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในด้านบุคลากร ของผู้ใช้บริการ.....	57
11	แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ใช้บริการ.....	58
12	แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับ ความพึงพอใจในด้านกระบวนการการให้บริการ ของผู้ใช้บริการ.....	58
13	แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ใช้บริการ ทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้าน พฤติกรรมการกลับ มาใช้บริการซ้ำ และ พฤติกรรมการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ.....	59
14	การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการ แพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามเพศ.....	60
15	การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการ แพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามอายุ	61
16	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันสำหรับ พฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ	62

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง หน้า

17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ..... 62

18 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์จำแนกตามระดับการศึกษา..... 63

19 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามอาชีพ..... 64

20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันสำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ..... 65

21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันสำหรับพฤติกรรมการใช้ริการทางการแพทย์ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ..... 66

22 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามรายได้ 67

23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันสำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ..... 68

24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันสำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ 69

25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ 70

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
1	กรอบแนวความคิดการวิจัย	5
2	ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท.....	10
3	สัดส่วนรายได้ที่สร้างโดยกลุ่มแพทย์ขนาดต่างๆ.....	19
4	อัตราการเจริญเติบโตของคนไข้ต่างชาติในปี 2541-2545.....	20
5	อัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากคนไข้ต่างชาติในปี 2541-2545.....	20

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันสังคมไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตเป็นอย่างมาก จึงทำให้การดำเนินชีวิตใน แต่ละวันของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ประชาชนส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรูปแบบการดูแลเอาใจใส่สุขภาพของตนเองหลายอย่าง อาทิเช่น การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การรับประทานอาหารเสริม แต่ที่ขาดไม่ได้ในการดำเนินชีวิตคือ การไปใช้บริการทางการแพทย์ตามโรงพยาบาลต่างๆ ในเวลาที่เจ็บไข้ได้ป่วย ซึ่งมีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น จากเดิมที่เวลาเจ็บไข้ได้ป่วย ประชาชนส่วนมากมักจะไปซื้อยาตามร้านขายยามาเพื่อบริโภคเอง ก็หันมาใช้บริการทางการแพทย์ตามคลีนิคทั่วไป หรือ โรงพยาบาลต่างๆ ประกอบกับรัฐบาลเองก็ให้ความสำคัญกับเรื่องเหล่านี้และเพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยได้มีโอกาสไปใช้บริการทางการแพทย์ตามโรงพยาบาลได้มากขึ้น รัฐบาลจึงริเริ่มให้มีโครงการการประกันสังคม และโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรคขึ้น ทำให้มีประชาชนไปใช้บริการตามโรงพยาบาลต่างๆ มากขึ้นเป็นลำดับ

ในส่วนของโรงพยาบาลก็มีการแบ่งเป็นสองส่วนใหญ่ๆ คือ โรงพยาบาลของรัฐบาล และโรงพยาบาลของเอกชน ซึ่งจะมีความแตกต่างกันในด้านราคา ด้านการบริการ และด้านการแข่งขัน ในปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนก็มีจำนวนมาก โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ก็เป็นโรงพยาบาลแห่งหนึ่งที่มีผู้นิยมมาใช้บริการเป็นจำนวนมากทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 ที่โรงพยาบาลแห่งนี้เริ่มเปิดให้บริการ ผู้บริหารของโรงพยาบาลฯก็ได้มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพของการให้บริการให้มีมาตราฐานเทียบเท่ามาตราฐานระดับโลก โดยการปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ให้มีความทันสมัย พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่างๆ เข้ามาช่วยในการตรวจรักษา และมีการจัดตั้งศูนย์รักษาเฉพาะโรคอย่างต่อเนื่อง เช่น ศูนย์รักษาโรคภูมิแพ้ ศูนย์หลอดเลือดสมอง และอื่นๆ ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์อาการของโรคมีความแม่นยำ และมีประสิทธิภาพในการรักษาโรคสูง เนื่องจากแพทย์ผู้รักษามีความชำนาญโดยเฉพาะ นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลยังพยายามจัดหาบุคลากรทางการแพทย์ที่มีชื่อเสียง และมีความเชียวชาญ ให้มาร่วมเป็นทีมงานอยู่ตลอด เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดจนเป็นที่ยอมรับของผู้มาใช้บริการ แต่ด้วยการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจะมีการแข่งขันสูงเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด ทำให้โรงพยาบาลเอกชนอื่นๆ พยายามที่จะพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของตนเองให้ดีขึ้นเช่นกัน ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง จึงได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อหาต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ รวมถึงการศึกษาหาความสัมพันธ์

ระหว่างความพึงพอใจ กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาล ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และมีผลทำให้ผู้ที่ใช้บริการเหล่านั้นกลับมาใช้บริการ หรือ แนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการของทางโรงพยาบาลอีกหรือไม่ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ในการวางกลยุทธทางการแข่งขัน และพัฒนาแนวทางและวิธีการการให้บริการของทางโรงพยาบาลให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะทำให้โรงพยาบาลฯสามารถรักษาฐานลูกค้าเดิมของทางโรงพยาบาลและขยายฐานลูกค้าใหม่ให้มากขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และ ความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ 7Ps กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เพื่อให้โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาลในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และพฤติกรรมในด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารของทางโรงพยาบาลในการปรับปรุงและรักษาระดับคุณภาพของโรงพยาบาล ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ

3. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริหารของโรงพยาบาล ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด และเพื่อเป็นการรักษาชื่อเสียงของทางโรงพยาบาล

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากร.(Population).คือ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือผู้ใช้บริการที่ใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจาก

สูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2538:185 - 186) ดังนั้น ในการหากลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 385 คน ขอเพิ่มอีก 15 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 คน และการเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบวิจารณญาณหรือเจาะจง (Judgment Sampling / Purposive Sampling) เป็นเลือกกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้กำหนดสถานที่ในการเก็บแบบสอบถามที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

3. ตัวแปรที่ทำการศึกษา

3.1 ตัวแปรตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

3.1.1 ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

3.1.1.1 เพศ

3.1.1.2 อายุ

3.1.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.1.4 อาชีพ

3.1.1.5 รายได้ต่อเดือน

3.1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

3.1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

3.1.2.2 ด้านราคา (Price)

3.1.2.3 ด้านสถานที่การให้บริการ (Place or Distribution)

3.1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.1.2.5 บุคคล หรือพนักงาน

3.1.2.6 การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3.1.2.7 กระบวนการเพื่อมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ หมายถึง โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ตั้งอยู่เลขที่ 33 สุขุมวิทซอย 3 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นสถานที่ให้บริการทางการแพทย์

2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

3. **ผู้ป่วยนอก หมายถึง ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ แต่ไม่ได้มีการนอนพักรักษาอาการที่โรงพยาบาล**

4. **ความพึงพอใจ หมายถึง** การแสดงความรู้สึกภายในจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการหลังจากการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

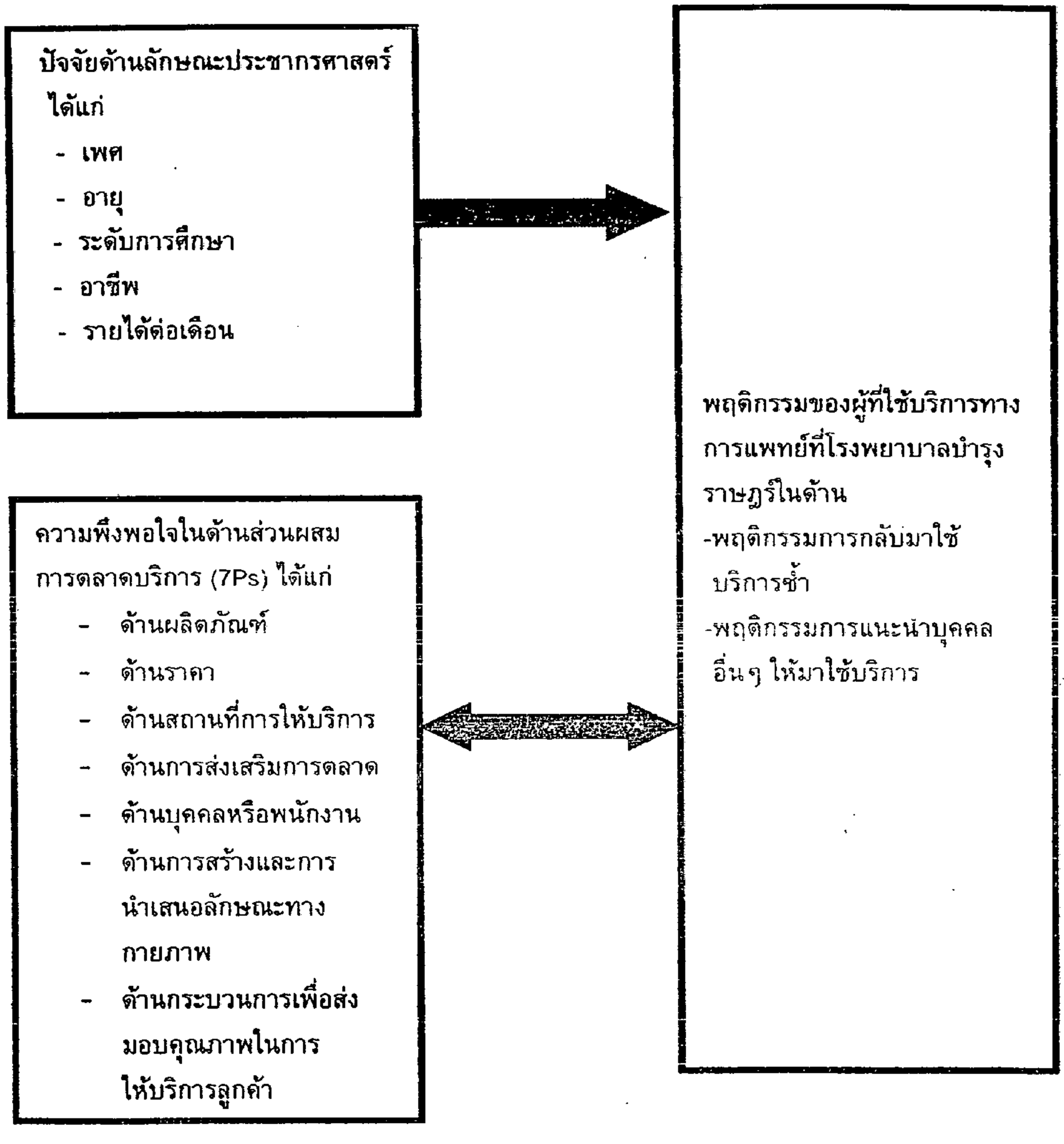
5. **พฤติกรรม หมายถึง** การกระทำที่เกิดขึ้นหลังจากการเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ หรือบริการจะมากน้อยอย่างไรนั้นจะเป็นสิ่งกำหนดและก่อให้เกิดพฤติกรรมในการจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการซ้ำ และ การจะแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ

6. **การให้บริการ หมายถึง การจัดสถานที่ บุคลากร และอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย เพื่อรองรับผู้ที่มาใช้บริการ และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจว่าได้รับบริการอย่างมีระบบและได้คุณภาพตามมาตราฐานสากล**

7. **ส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps หมายถึง ส่วนประสมการตลาดที่ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ แบ่งเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้า**

กรอบแนวความคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมีกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

5. รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

6. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

บทที่ 2
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึง แนวคิด และทฤษฎีของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 Ps
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
6. แนวความคิดเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติความเป็นมาของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ เปิดให้บริการด้านรักษาพยาบาลอย่างครบวงจรเมื่อ ปี 2523 เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกย่านใจกลางกรุงเทพมหานคร และมีการเจริญอย่างรวดเร็ว โรงพยาบาลได้พยายามสร้างและดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงและคุณภาพของการให้บริการให้คงไว้ด้วยมาตรฐานระดับโลก พร้อมทั้งได้มีการปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนศึกษาแนวทางใหม่ในการรักษาพยาบาลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ด้วยความน่าเชื่อถือด้านบริหารการเงินและการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โรงพยาบาลได้ขยายการลงทุนสู่สาธารณะชน และเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมา

ปี 2540 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จมาเป็นองค์ประธานในพิธีเปิดอาคารใหม่ขนาด 554 เตียง ของโรงพยาบาล เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2540 ซึ่งบริหารงานโดยบริษัท บำรุงราษฎร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด โดยบริษัทโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) ได้โอนผลการดำเนินงาน, พนักงาน ตลอดจนทรัพย์สินบางส่วน ให้แก่บริษัท บำรุงราษฎร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2540 และบริษัทโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด(มหาชน) มีฐานะเป็น HOLDING COMPANY ถือหุ้นร้อยละ 95 ในบริษัท บำรุงราษฎร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด

ปี 2541 บริษัท บำรุงราษฎร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด ได้ขยายการบริการเพื่อตอบสนองและรองรับการใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น โดยเปิด ศูนย์การแพทย์ นวบุตร-บำรุงราษฎร์ , ศูนย์หลอดเลือด

สมอง ศูนย์เลเซอร์สายตาบำรุงราษฎร์ นอกจากนี้ยังได้เปิดคลินิคชื่อ บำรุงราษฎร์ นิชดา แฟมิลี่ เฮลธ์ คลินิก ตั้งอยู่ในบริเวณ นิชดาธานี ถนนงามวงค์วาน ให้บริการตรวจรักษาโรคทั่วไป

ปี 2542 บริษัทบำรุงราษฎร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด ประสบความสำเร็จ โดยได้เป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9002 และการรับรองคุณภาพโรงพยาบาลไทย (Hospital Accreditation)

ปี 2543 บริษัทฯและบริษัทย่อยประสบผลสำเร็จในการปรับโครงสร้างหนี้กับสถาบันการเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ การปรับโครงสร้างหนี้ของบริษัทฯ ได้แก่การแปลงหนี้บางส่วนเป็นทุน การโอนทรัพย์สินเพื่อชำระหนี้และการออกหุ้นกู้แปลงสภาพ สำหรับการปรับโครงสร้างหนี้ของบริษัทย่อยเป็นการแปลงหนี้เป็นทุนและขยายระยะเวลาการชำระหนี้รวมถึงการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และในเดือน มิถุนายน 2543 บริษัทฯได้ขายเงินลงทุนทั้งหมดในบริษัทโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ระยอง จำกัด

ปี 2544 บริษัทฯได้ลงทุนร่วมกับสถาบัน La Clinique De Paris ซึ่งเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงในยุโรปที่มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษด้านการป้องกันและรักษาเพื่อชลอความเสื่อมของร่างกาย โดยร่วมกันเปิดศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ Vitallife เพื่อให้บริการการป้องกันและรักษาเพื่อชะลอความเสื่อมของร่างกายโดยใช้วิทยาการทางการแพทย์สมัยใหม่ช่วยในการรักษา โดยเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2544

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ได้รับประกาศนียบัตรรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 14001 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในเอเชียที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2000 และได้รับการรับรองคุณภาพโรงพยาบาลไทย(Thai Hospital Accreditation-HA) ทำให้บำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลแห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานพร้อมกัน 3 มาตรฐาน

ปี 2545 บริษัทฯได้ลงทุนเพิ่มเติมในบริษัท ไวทัลไลฟ์ จำกัดโดยได้ทำสัญญาซื้อหุ้นคืนจากผู้ร่วมทุนเดิมเป็นจำนวนหุ้น 157,500 หุ้น รวมเป็นเงิน 9.95 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ50 ของทุนจดทะเบียนและชำระแล้ว 31.5 ล้านบาท ทำให้จำนวนหุ้นเพิ่มขึ้นจาก 157,494 หุ้นเป็น 314,994 หุ้น และสัดส่วนการถือหุ้น เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 100

สถาบันรับรองคุณภาพโรงพยาบาลสากล (JCIA) ในฐานะองค์กรภายใต้คณะกรรมการเฉพาะกิจเพื่อการรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (The Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organization – JCAHO) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพสถานพยาบาลต่างๆ ทั่วโลกด้วยการรับรองสถานพยาบาลที่อยู่นอกประเทศสหรัฐอเมริกาได้ให้การรับรองโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ให้เป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในเอเชียที่ได้รับการรับรองคุณภาพโรงพยาบาลสากล

ในปี 2545 โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ได้รับรางวัลรับรองคุณภาพต่างๆดังต่อไปนี้

1. รางวัลยอดเยี่ยม Asian Hospital Management Awards ประจำปี 2545 ด้านการบริหารจัดการคุณภาพและระบบสารสนเทศ

2. รางวัล 'ผู้ส่งออกสินค้าและบริการดีเด่น' ประจำปี 2545 ประเภทโรงพยาบาลเอกชนที่มีชาวต่างชาติใช้บริการมาก

3. รางวัล 20 ธุรกิจ อัจฉริยะ ประเภทความเป็นเลิศสาขาธุรกิจ และ เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งแรกของประเทศไทยซึ่งจัดโดย อินเทลลิเจ้นท์ เอ็นเตอร์ไพรซ์ เอเชีย (Intelligent Enterprise Asia) ที่ประเทศสิงคโปร์ในฐานะภาคธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาใช้กับธุรกิจ จนเกิดประสิทธิผลต่อธุรกิจและการบริการลูกค้า โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองคุณภาพ โรงพยาบาลไทยเป็นครั้งที่สอง

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ได้มีการขยายและปรับปรุงการให้บริการในปี 2545 ดังนี้

1. โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เปิด "ศูนย์ภูมิแพ้" ใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์รักษาโรคภูมิแพ้และหอบหืดอย่างครบวงจร พร้อมให้การรักษาและวินิจฉัยประกอบด้วยการทดสอบภูมิแพ้ทางผิวหนังเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของสารก่อแพ้ในอากาศ สารก่อแพ้ในอาหารและยา รวมทั้งการทดสอบในรูปแบบต่างๆ เพื่อประเมินผลระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายและตรวจสมรรถภาพการทำงานของปอด

2. การผ่าตัดเปลี่ยนตับ : บำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกของไทยที่ให้บริการผ่าตัดเปลี่ยนตับโดยประสบความสำเร็จในการผ่าตัดเปลี่ยนตับแก่ผู้ป่วยเป็นครั้งแรกในปี 2545

3. การปลูกถ่ายไขกระดูก : บำรุงราษฎร์ได้ริเริ่มบริการปลูกถ่ายไขกระดูกให้แก่ผู้ใหญ่และเด็ก รวมทั้งการติดตั้งเครื่องมืออันทันสมัยในการคัดแยกผู้ป่วย

4. บำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในประเทศไทยที่ใช้ Picture Archiving and Communication System โดยการแปลงผลเอกซเรย์มาอยู่ในรูปของดิจิตอลและเลิกใช้ผลเอกซเรย์แบบฟิล์ม

5. ศูนย์บริการผู้ป่วยต่างชาติ : บำรุงราษฎร์ได้จัดตั้งศูนย์บริการผู้ป่วยชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นศูนย์บริการแห่งใหม่ที่ครบวงจร เพื่อเป็นศูนย์กลางการให้บริการแก่ผู้ป่วยชาวต่างประเทศจากกว่า 130 ประเทศทั่วโลกที่เพิ่มปริมาณมากขึ้น

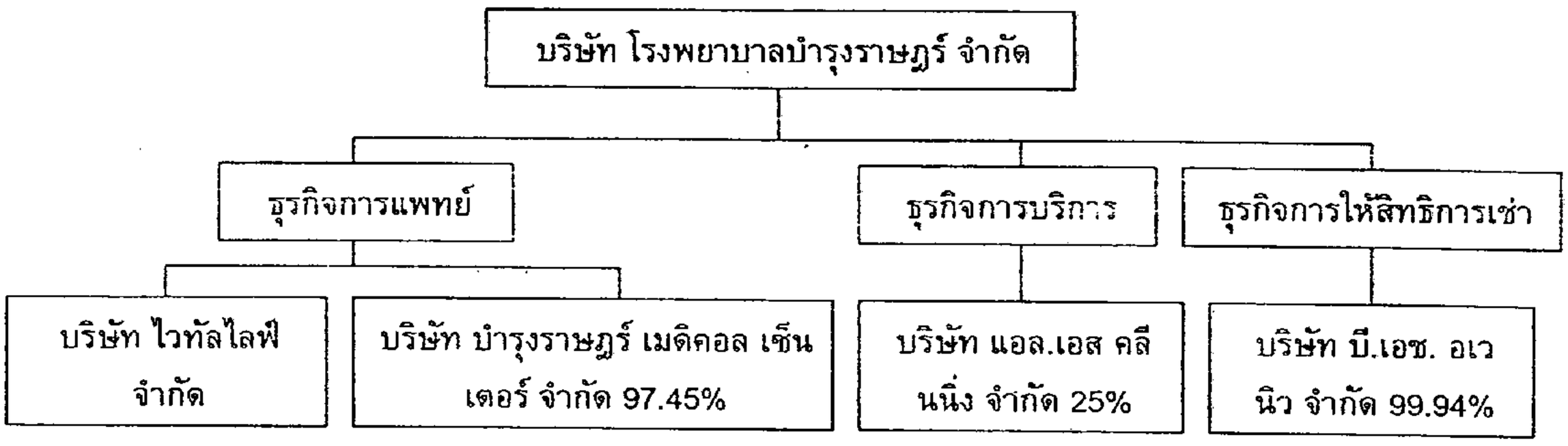
6. มันดารา สปา : โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โดยความร่วมมือกับ มันดารา สปา ซึ่งเป็นผู้ให้บริการด้านสุขภาพและความงามที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติเปิดให้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามแก่ผู้ป่วยและญาติที่เข้ารับบริการในโรงพยาบาลฯ

7. การขยายบริการผู้ป่วยนอก : การขยายจำนวนห้องให้การรักษาพยาบาลผู้ป่วยนอกในปี 2545 ประกอบด้วยห้องให้การรักษาพยาบาลแผนกกุมารเวช และ แผนกระบบทางเดินอาหารและตับ รวมทั้ง การขยายศูนย์สูติ-นรีเวช เพื่อรองรับจำนวนผู้ป่วยที่เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ยังได้ก่อตั้งศูนย์บริการแห่งใหม่ขึ้นภายใต้บริษัท โรงพยาบาล บำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) ในปี 2545 เพื่อให้บริการปรึกษาและบริหารจัดการแก่โรงพยาบาลทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ บำรุงราษฎร์อินเตอร์เนชั่นแนล หรือ BHI ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้คำปรึกษาด้านการบริหารจัดการ วางแผนงานโรงพยาบาลและออกแบบการบริการ โดยมีทีมงานจากคณะผู้บริหารของโรงพยาบาลเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาและบริหาร เพื่อสนองตอบต่อความต้องการจำนวนมากของโรงพยาบาลต่างๆ ทั้งในเอเชีย เอเชียใต้ และ ตะวันออกกลาง

ภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

บริษัทฯมีการประกอบธุรกิจในกลุ่มธุรกิจ 3 กลุ่ม คือกลุ่มธุรกิจการแพทย์ กลุ่มธุรกิจการบริการซักรีด และกลุ่มธุรกิจการให้สิทธิการเช่าที่ดิน โดยมีการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่มดังนี้



ภาพประกอบ2 แสดงภาพรวมการประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัท

ธุรกิจการแพทย์

บริษัทโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) เป็น HOLDING COMPANY ถือหุ้นร้อยละ 97.45 ในบริษัท บำรุงราษฎร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด และ ร้อยละ 100ใน บริษัทไวทัลไลฟ์จำกัด

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลขนาด 554 เตียง ที่ให้บริการด้านรักษาพยาบาลอย่างครบวงจรโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทุกสาขาพร้อมอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย สำหรับให้บริการทั้งแผนกผู้ป่วยนอก และแผนกผู้ป่วยใน ตลอด 24 ชั่วโมง

บริษัทไวทัลไลฟ์ จำกัด เป็นศูนย์ส่งเสริมสุขภาพให้บริการการป้องกันและรักษาเพื่อชะลอความเสื่อมของร่างกายโดยใช้วิทยาการทางการแพทย์สมัยใหม่

กลุ่มธุรกิจการบริการซักรีด

บริษัท แอล. เอส คลีนนิ่ง จำกัด ปัจจุบันหยุดดำเนินกิจการ

กลุ่มธุรกิจการให้สิทธิการเช่าที่ดิน

บริษัท บี. เอช อเวนิว จำกัด ปัจจุบันหยุดการดำเนินกิจการ

ตาราง 1 โครงสร้างรายได้

หน่วย: พันบาท

กลุ่มธุรกิจ	ดำเนินการโดย	% การถือหุ้นของบริษัท	ปี 2545		ปี 2544		ปี 2543		ปี 2542	
			รายได้รวม	%	รายได้รวม	%	รายได้รวม	%	รายได้รวม	%
โรงพยาบาลเอกชน	บจ.บำรุงราษฎร์เมดิคอลเซ็นเตอร์	97.45	3,609,324	99.75	3,039,524	99.92	2,362,892	100	1,883,304	10
ศูนย์สุขภาพ	บจ. ไวทัลไลฟ์	100.00	9,134	0.25	2,343	0.08	-	-	-	-
สิทธิการเช่าที่ดิน 30 ปี	บจ. บี .เอช .อเวนิว	99.94	-	-	-	-	-	-	-	-
รับบริการซักรีด	บจ. แอล.เอส คลีนนิ่ง	25	-	-	-	-	-	-	-	-
	รวม		3,618,458	100	3,041,867	100	2,362,892	100	1,883,304	10

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดและมุ่งมั่นที่จะทำให้โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลมาตรฐานระดับโลกโดยสามารถให้บริการด้านรักษาพยาบาลในทุกแขนงแก่ผู้ป่วยชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. จัดให้มีการพัฒนาแผนงานอย่างต่อเนื่องโดยผสมผสานความชำนาญในด้านการรักษาเข้ากับเครื่องมือที่ทันสมัย
2. มีการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่องด้านการแพทย์เพื่อเป็นการยกระดับและพัฒนาบุคลากร

3. มีการบริหารต้นทุนของเวชภัณฑ์และยา โดยการเข้าร่วมโครงการนำร่องในการจัดตั้งระบบเครือข่ายการจัดซื้อผ่านพาณิชย์อิเล็คทรอนิคส์

4. มีการบริหารคุณภาพ เพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นผู้นำทางด้านคุณภาพตามมาตรฐานISO 9001:2000 ,มาตรฐาน ISO 14001 รวมทั้งมาตรฐานการรับรองคุณภาพโรงพยาบาลแห่งประเทศไทยและนอกจากนี้บริษัทยังได้รับการรับรองคุณภาพโรงพยาบาลระดับสากล Joint Commission International Accreditation ในปี 2545 อีกด้วย

5. มีการพัฒนาระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้ป่วยมีความมั่นใจและได้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

6. มีการให้บริการรักษาพยาบาลฟรีแก่ผู้ป่วยด้อยโอกาสโดยผ่านมูลนิธิโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และยังให้ความร่วมมือแก่หน่วยงานการกุศลอื่นอีกด้วย

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท บำรุงราษฎร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด ได้เปิดให้บริการในอาคารใหม่เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2540 ให้บริการรักษาผู้ป่วยทั่วๆไป รวมทั้งบริษัทคู่สัญญามากกว่า 500 บริษัทที่มาใช้บริการด้านรักษาพยาบาล

การบริการ

ฝ่ายบริการผู้ป่วยนอก

ฝ่ายบริการผู้ป่วยนอก ประกอบด้วย

ศูนย์อายุรกรรมและศัลยกรรม

ศูนย์กุมารเวช

ศูนย์หัวใจ

ศูนย์ตา หู คอ จมูก

ศูนย์ตรวจสมรรถภาพทางการทำงานของปอด

ศูนย์สูติ – นรีเวช

ศูนย์ศัลยกรรมออร์โธปิดิกส์

ศูนย์มะเร็งฮอไรซัน

ศูนย์ทันตกรรม

ศูนย์ตรวจสุขภาพ

ศูนย์วินิจฉัยโรคโดยการส่องกล้อง

ศูนย์ไตเทียม

ศูนย์กายภาพบำบัด

ศูนย์หลอดเลือดสมอง

ศูนย์เลเซอร์สายตา

ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพ

ศูนย์ผิวหนัง

ศูนย์เลเซอร์ผิวหนัง

สำหรับแผนกศัลยกรรมผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ได้จัดให้มีบริการพิเศษ สำหรับการตรวจโดยการส่องกล้องแบบวันเดียวเสร็จ โดยผู้ป่วยจะได้รับการดูแลให้พักอยู่ในสถานที่ซึ่งได้จัดเตรียมไว้เฉพาะ เพื่อให้ผู้ป่วยได้รับความสะดวกสบาย ทั้งก่อนและหลังการผ่าตัด

ห้องพักและบริการสำหรับผู้ป่วยใน

ห้องพักสำหรับผู้ป่วยใน ได้จัดเตรียมไว้ถึง 6 ชั้น โดยมีห้องพักให้เลือกหลายประเภทตามความต้องการ ประกอบด้วย ห้องพักรวม 4 เตียงแบบประหยัด, ห้อง 2 เตียง, ห้องเดี่ยวธรรมดา, ห้องเดี่ยวพิเศษ, ห้อง VIP และห้องชุดรอยัลสวีท ซึ่งห้องทุกประเภทจะครบครัน ด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ปุ่มเรียกพยาบาลระบบคอมพิวเตอร์ และเตียงผู้ป่วยแบบควบคุมด้วยไฟฟ้า นอกจากนี้บนชั้นที่ 6 ยังมีศูนย์ ดูแลรักษาผู้ป่วยสตรี ซึ่งประกอบด้วย ห้องเด็กแรกเกิด เพื่อให้มารดาดูแลทารกแรกเกิดได้อย่างใกล้ชิด และชั้นที่ 7 เป็นศูนย์ดูแลผู้ป่วยเด็กซึ่งห้องพักได้รับการตกแต่งและออกแบบเป็นพิเศษ ชั้นที่ 11 คือชั้นบริการแห่งความเป็นบุคคลพิเศษ ประกอบด้วยห้อง VIP และห้องชุดรอยัลสวีท สำหรับผู้ป่วยที่ต้องการความเป็นส่วนตัวและเอกสิทธิ์พิเศษ บนชั้นนี้ได้จัดเจ้าหน้าที่เฉพาะกิจ พร้อมให้บริการต่อความต้องการต่างๆ และมีศูนย์ธุรกิจเพื่อความคล่องตัวของผู้ป่วยที่มีความจำเป็นต้องติดต่อประสานงานทางธุรกิจ

การรักษาพยาบาลผู้ป่วยหนักและห้องผ่าตัด

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ มีชื่อเสียงมานานในด้านการดูแลรักษาผู้ป่วยหนักและการผ่าตัด โดยทุกวันจะรับผู้ป่วยที่นำมาจากโรงพยาบาลอื่นๆ ทั่วภูมิภาคอาเซียน ด้วยความเชื่อมั่น ในด้านการรักษาพยาบาลผู้ป่วยหนักได้ดีที่สุด

- แผนกผู้ป่วยฉุกเฉินเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมคณะแพทย์ประกอบด้วย อายุรแพทย์, แพทย์โรคหัวใจ และรถพยาบาลครบครันด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยต่างๆรวมทั้งเตียงพิเศษสำหรับ ขนย้ายผู้ป่วยทารก สามารถให้บริการได้ทั่วประเทศ นอกจากนั้นบน

อาคารหลังใหม่ได้จัดเตรียมลานจอดเฮลิคอปเตอร์ ซึ่งจอดได้ทั้งเฮลิคอปเตอร์ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

- แผนกผู้ป่วยหนัก โรงพยาบาลฯได้จัดเตรียมเตียงผู้ป่วยหนักไว้ถึง 54 เตียง ประกอบด้วย เตียงผู้ป่วยโรคหัวใจ 14 เตียง เตียงผู้ป่วยหนักทั่วไป 26 เตียง เตียงผู้ป่วยเด็ก 9 เตียง และเตียงสำหรับทารกแรกเกิด 5 เตียง
- ห้องผ่าตัด มีห้องผ่าตัดเป็นจำนวน 19 ห้อง ที่เพียบพร้อมด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยแบ่งออกเป็น ห้องผ่าตัดหัวใจ ห้องผ่าตัดสมองและระบบประสาท ห้องผ่าตัดกระดูก ห้องผ่าตัดระบบทางเดินปัสสาวะ ห้องผ่าตัดตา ห้องผ่าตัดหู คอ จมูก ห้องผ่าตัดด้วยแสงเลเซอร์ และห้องผ่าตัดทั่วไป

ศูนย์วินิจฉัยและรักษาโรค

ประกอบด้วยห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย ห้องรังสีวิทยา และเทคโนโลยีต่างๆเพื่อการวินิจฉัย และการรักษาผู้ป่วยได้ถูกต้องแม่นยำ โดยแบ่งออกเป็น

- ห้องปฏิบัติการสวนหัวใจ เพื่อตรวจการทำงานของหลอดเลือดหัวใจ 2 ห้อง
- การสวนหัวใจ เพื่อขยายหลอดเลือดหัวใจ
- การตรวจด้วยคลื่นเสียงสะท้อนความถี่สูง
- ศูนย์เคมีบำบัด
- เครื่องสลายนิ่ว
- ห้องปฏิบัติการตรวจทางคลินิก
- ห้องตรวจการพูดการได้ยิน
- เครื่องวินิจฉัยด้วยสนามแม่เหล็ก และเครื่องเอ็กซเรย์คอมพิวเตอร์
- การตรวจทางรังสีวิทยา
- ศูนย์พยาธิศัลยกรรม
- ศูนย์ตรวจการทำงานของสมองและระบบประสาท
- ศูนย์เวชศาสตร์นิวเคลียร์
- ศูนย์รังสีรักษา

ศูนย์รักษาพิเศษแบบผสมผสาน

ปัจจุบันมีโรคภัยไข้เจ็บหลายอย่างที่ล้วนทวีความรุนแรงขึ้น และจำเป็นต้องได้รับการดูแลรักษาเป็นพิเศษจากคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จึงได้ก่อตั้งศูนย์รักษาพิเศษแบบผสมผสานขึ้นเพื่อให้การรักษาพยาบาลผู้ป่วย ดังนี้

- ศูนย์มะเร็งฮอไรซัน เป็นศูนย์การแพทย์ในระดับภูมิภาคอาเซียน เพื่อการดูแลรักษาและป้องกันโรคมะเร็ง เป็นที่รวมของคณะแพทย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และทีมงานผู้เชี่ยวชาญในหลายสาขาที่จะทำงานร่วมกัน ในการดูแลรักษาผู้ป่วยด้วยวิทยาการ และเครื่องมือที่สูงด้วยเทคโนโลยี อาทิ เครื่องฉายรังสีอนุภาคสูงแบบ 2 พลังงาน เครื่องรังสีรักษาโดยการใช้แร่เออริเดียม เครื่องเอ็กซเรย์ซิมูเลเตอร์ ศูนย์เคมีบำบัดผู้ป่วยนอก ศูนย์ให้คำปรึกษาแนะนำด้านโรคมะเร็ง ซึ่งทั้งหมดได้จัดเตรียมไว้บริการที่ศูนย์มะเร็งฮอไรซัน
- ศูนย์โรคหัวใจบำรุงราษฎร์ ก่อตั้งขึ้นเพื่อสืบสานชื่อเสียงในด้านการรักษาโรคหัวใจ ประกอบด้วยคณะแพทย์ชั้นนำในระดับนานาชาติ และอุปกรณ์ที่สูงด้วยประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับของวงการแพทย์ทั่วโลก ศูนย์หัวใจบำรุงราษฎร์เปิดให้บริการอย่างครบวงจรนับจากห้องปฏิบัติการสวนหัวใจ ห้องตรวจการทำงานของคลื่นไฟฟ้าในหัวใจ ห้องผ่าตัด 2 ห้อง เตียงผู้ป่วยหนักโรคหัวใจ 14 เตียง การตรวจหาโรคหัวใจขั้นพื้นฐานและศูนย์ให้คำปรึกษาแนะนำที่สำคัญอย่างยิ่งคือ โรงพยาบาลฯมีแพทย์และศัลยแพทย์ ทางด้านโรคหัวใจ เป็นแพทย์ประจำโรงพยาบาล
- ศูนย์สูติ – นรีเวช เป็นศูนย์รวมการดูแลรักษาโรคต่างๆ ของสตรี นับจากให้คำปรึกษาแนะนำเรื่องโรคภัยไข้เจ็บต่างๆโปรแกรมตรวจสุขภาพสำหรับสตรีรวมทั้งการตรวจมะเร็งเต้านม การตรวจหาเซลล์ที่ผิดปกติ การตั้งครรภ์ไปจนถึงห้องคลอดโดยมีห้องคลอด 5 ห้อง ห้องคลอดแบบธรรมชาติ1ห้อง พร้อมห้องดูแลทารกแรกเกิด ห้องบำบัดพิเศษทารกแรกเกิดและยังมีศูนย์ดูแลรักษาผู้มีบุตรยาก พร้อมให้บริการสำหรับสามีภรรยาที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษในเรื่องของการผสมเทียม

ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ VITALLIFE

ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ VITALLIFE ถือเป็นผู้บุกเบิกในแถบเอเชียที่นำเอาแนวทางการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่าแบบตะวันออกผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ VITALLIFE มอบการรักษาสุขภาพโดยทีมแพทย์มืออาชีพที่ผ่านการอบรมมาอย่างดีพร้อมเครื่องมือและอุปกรณ์อันทันสมัยเพื่อสร้างสรรค์แนวทางการดำเนินชีวิตอย่างมีสุขภาพสมบูรณ์

การตลาดและภาวะการแข่งขัน

ลักษณะของลูกค้าและความสัมพันธ์

ลูกค้าของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ซึ่งดำเนินงานโดยบริษัทบำรุงราษฎร์เมดิคอลเซ็นเตอร์ จำแนกได้ดังนี้

1. ผู้ป่วย

ตาราง 2 แสดงสถิติผู้ป่วย และ รายได้รวม สำหรับงวดสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2545

ประเภทผู้ป่วย	จำนวนผู้ป่วย(คน)	รายได้ค่ารักษาพยาบาล (พันบาท)
1. ผู้ป่วยนอก	829,647	1,736,315
2. ผู้ป่วยใน	26,213	1,835,061
รวม	855,860	3,571,376

ในจำนวนผู้ป่วยและรายได้นี้รวมถึงผู้ป่วย ซึ่งมาจากบริษัทคู่สัญญาที่ให้สวัสดิการทางด้านการรักษาพยาบาลแก่พนักงานของตนเองด้วย

ตาราง 3 มูลค่าการรักษาพยาบาล จำแนกตามประเภท หน่วย : พันบาท

	2545		2544	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ผู้ป่วยนอก	1,870,428	52.37	1,484,528	49.34
ผู้ป่วยใน	1,976,800	55.35	1,733,594	57.62
รวมมูลค่าการรักษาพยาบาล	3,847,228	107.72	3,218,122	106.96
มูลค่าส่วนลดการจำหน่าย (%)	275,852	7.72	209,660	6.96
รวมมูลค่าการรักษาพยาบาลสุทธิ	3,571,376	100	3,008,462	100

2. แพทย์

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ถือเป็นโรงพยาบาล "เปิด" สำหรับแพทย์โดยอนุญาตให้แพทย์ทุกท่านที่มีคุณสมบัติครบถ้วนของการเป็นแพทย์ได้มาใช้บริการของโรงพยาบาลฯโดยมิได้จำกัดจำนวนแพทย์ และมิได้จำกัดว่าจะต้องเป็นแพทย์จากสถาบันใดสถาบันหนึ่ง ในปี2545 มีแพทย์ที่ให้บริการรักษาผู้ป่วยกว่า 600 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น

1. แพทย์ประจำโรงพยาบาล จำนวน 106 ท่าน
2. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางซึ่งเป็นแพทย์ที่ปรึกษา จำนวน 362 ท่าน
3. แพทย์เวร จำนวน 174 ท่าน
4. ทันตแพทย์ จำนวน 45 ท่าน

นโยบายการตั้งราคา

ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาโดยให้สามารถแข่งขันกับราคาของคู่แข่งขันในระดับเดียวกันได้ลักษณะการตั้งราคามี 2 ประเภท คือ

1. ราคาปกติ
2. ราคาแบบเหมาจ่าย

-โปรแกรมการคลอดแบบเหมาจ่าย -โปรแกรมการตรวจสุขภาพ

-โปรแกรมศูนย์หัวใจบำรุงราษฎร์ -โปรแกรมศูนย์มะเร็งฮอไรซัน

-โปรแกรมการผ่าตัดผู้ป่วยนอก -โปรแกรมการผ่าตัดผู้ป่วยใน

(ลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทคู่สัญญา)

ตาราง 4 แสดงอัตราการให้บริการรักษาพยาบาล

ผู้ป่วยใน	2545	2544
จำนวนเตียงที่มี	554	554
จำนวนเตียงที่พร้อมให้บริการ	365	342
อัตราความสามารถในการให้บริการ(1)	113,225	124,830
อัตราการครองเตียง(เตียง)	98,938	93,807
อัตราการครองเตียง(ร้อยละ)	74.26	75.15
ผู้ป่วยนอก		
ความสามารถในการให้บริการต่อวัน(คน)	3,000	3,000
จำนวนผู้ป่วยนอกเฉลี่ยต่อวัน(คน)	2,273	2,068
อัตราเฉลี่ยการใช้บริการ(ร้อยละ)	75.77	68.93

หมายเหตุ : (1) อัตราความสามารถในการให้บริการ คำนวณจากจำนวนเตียงที่พร้อมให้บริการต่อวันคูณด้วยจำนวนวันที่ให้บริการ

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

โครงสร้างของอุตสาหกรรมโรงพยาบาลประกอบไปด้วยโรงพยาบาลภาครัฐและภาคเอกชนดังนี้

	จำนวนโรงพยาบาล	จำนวนเตียง
โรงพยาบาลรัฐ	30	14,108
โรงพยาบาลเอกชน	127	16,396

แหล่งที่มา : กองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข

กลุ่มอุตสาหกรรมโรงพยาบาลมีการเติบโตมาโดยตลอดทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2544 จากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอย กลุ่มอุตสาหกรรมโดยรวมไม่มีการขอเปิดโรงพยาบาลเพิ่มจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(BOI) นั่นรวมถึงจำนวนเตียงผู้ป่วยที่ลดลงจากการประกาศปิดการดำเนินการของโรงพยาบาลอื่นๆอย่างไม่เป็นทางการจำนวน 17 แห่ง และการปิดตัวของคลินิคเอกชนขนาดเล็กหลายแห่ง

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์มีคู่แข่งที่สำคัญดังต่อไปนี้

Bangkok General Hospital (BGH)

Samitivej Hospital (SVH)

Phayathai Hospital (PYT)

Vichaiyuth Hospital (VCY)

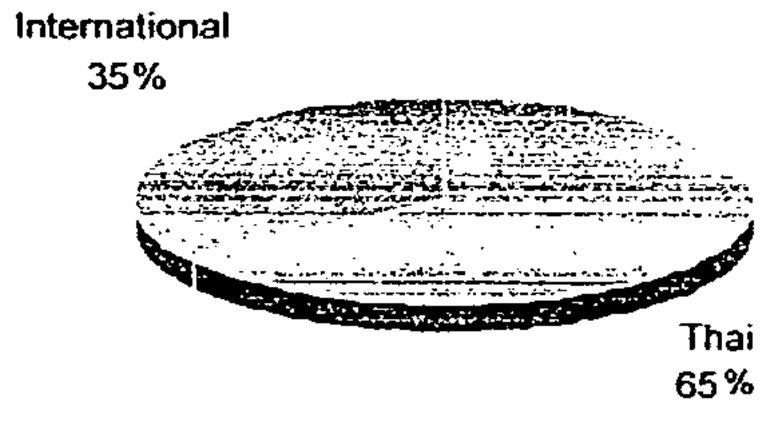
BNH Hospital (BNH)

Praram 9 Hospital (PHR9)

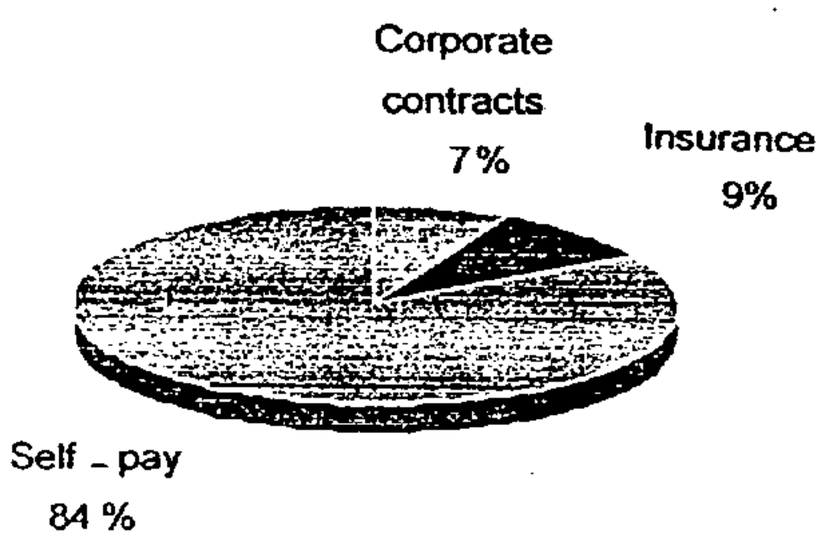
แนวโน้มการเจริญเติบโตในอุตสาหกรรม

นับตั้งแต่เปิดให้บริการ ณ อาคารโรงพยาบาลหลังใหม่ในปี 2540 โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ได้พัฒนาและขยายฐานตลาดอย่างสม่ำเสมอและกว้างขวางมากขึ้น โดยโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ประสบความสำเร็จในการชักนำผู้ป่วยจากต่างประเทศมารับการรักษาในประเทศไทย ซึ่งเป็นการช่วยบรรเทาผลกระทบจากตลาดภายในประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในขณะที่สัมพันธภาพกับบริษัทคู่สัญญาในประเทศไทยกว่า 1,000 แห่งและบริษัทประกัน ได้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนการเจริญเติบโตของตลาดในประเทศด้วย

กราฟแสดงรายได้แบ่งตามเชื้อชาติ

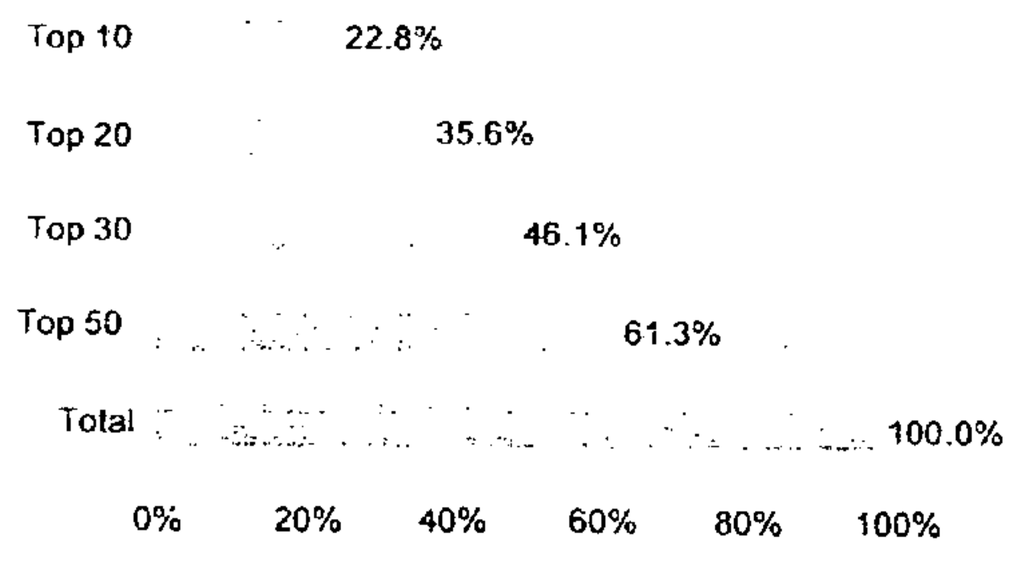


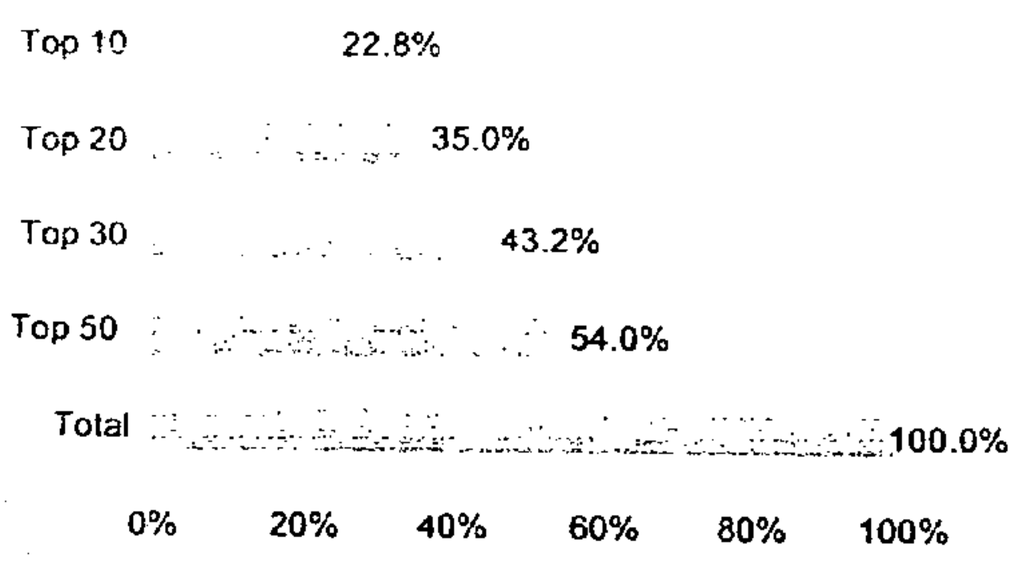
กราฟแสดงรายได้แบ่งตามบริษัทคู่สัญญา



นอกจากนี้ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ยังได้กระจายความหลากหลายของแพทย์ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อันเป็นผลเนื่องจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ให้บริการที่มีจำนวนจำกัด จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า แพทย์ผู้ที่ให้บริการผู้ป่วยมากที่สุดจำนวน 20 อันดับแรก สามารถสร้างรายได้เพียงร้อยละ 35 ของรายได้โดยรวมของโรงพยาบาล ซึ่งพิจารณาจากฐานการขยายตัวตามมาตรฐานของอุตสาหกรรม

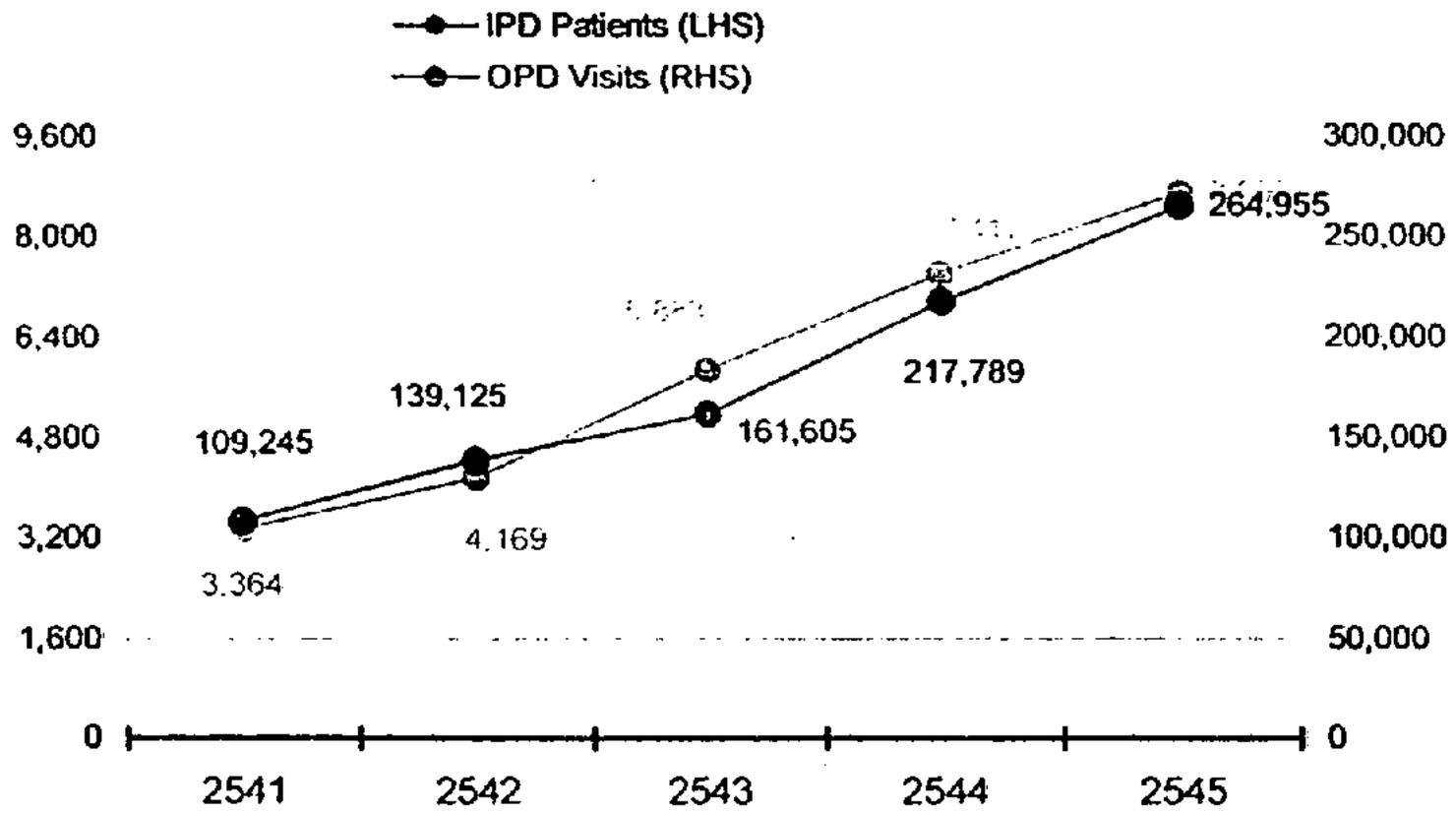
กราฟแสดงสัดส่วนรายได้ที่สร้างโดยกลุ่มแพทย์ขนาดต่างๆ





ภาพประกอบ3 แสดงสัดส่วนรายได้ที่สร้างโดยกลุ่มแพทย์ขนาดต่างๆ

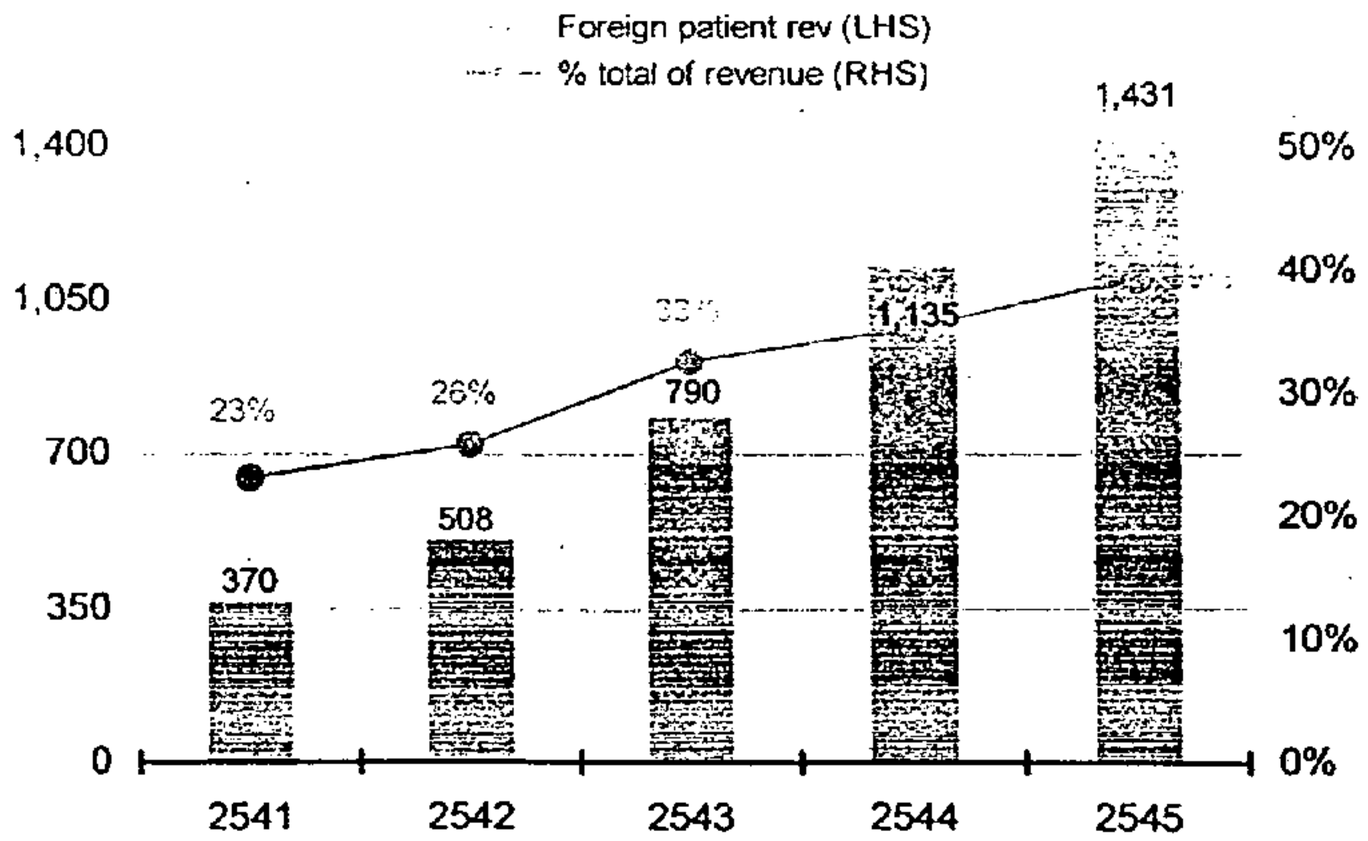
กราฟแสดงอัตราการเจริญเติบโตของคนไข้ต่างชาติในปี 2541-2545



ภาพประกอบ4 แสดงอัตราการเจริญเติบโตของคนไข้ต่างชาติในปี 2541-2545

จะเห็นอย่างชัดเจนว่าโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์มีศักยภาพที่เข้มแข็งในการชักนำผู้ป่วยจากต่างชาติ เพื่อช่วยเสริมจุดแข็งให้กับการขยายตัวของตลาดภายในประเทศ ในช่วงระหว่างปี 2541 – 2545 โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์มีอัตราการขยายตัวของผู้ป่วยนอกชาวต่างชาติถึงร้อยละ 143 และผู้ป่วยในชาวต่างชาติร้อยละ 158 ซึ่งมาจากประเทศต่าง ๆ กว่า 130 ประเทศ

กราฟแสดงอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากคนไข้ต่างชาติในปี 2541-2545



ภาพประกอบ 5 แสดงอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากคนไข้ต่างชาติในปี 2541-2545

อัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากผู้ป่วยต่างชาติในช่วงปี 2541 – 2545 เพิ่มขึ้นร้อยละ 287 มากกว่าอัตราการเพิ่มของจำนวนผู้ป่วย เนื่องจากผู้ป่วยชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษาพยาบาลในโรคที่มีความรุนแรงสูงกว่าการรักษาพยาบาลโรคทั่วไป

การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การให้บริการสำหรับกิจการโรงพยาบาล สิ่งที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในการให้บริการคือ บุคลากรและวัตถุดิบในการรักษาพยาบาลรวมถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์

อัตรากำลัง

- แพทย์	จำนวน 687	ท่าน
- บุคลากร :		
1. ฝ่ายพยาบาล	จำนวน 1,325	คน
2. ฝ่ายปฏิบัติการพิเศษ	จำนวน 302	คน
3. ฝ่ายสนับสนุน	จำนวน 590	คน

วัตถุดิบและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่สำคัญที่ใช้ในธุรกิจโรงพยาบาล คือ ยาและเวชภัณฑ์ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ต่างๆผู้จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีสำนักงานในประเทศ จำนวนผู้จัดจำหน่ายมีมากกว่า 500รายโรงพยาบาลไม่ประสบปัญหาทางด้านการขาดแคลนยา อุปกรณ์หรือเวชภัณฑ์ เนื่องจากมีระบบการบริหารจัดการในการจัดซื้อ และการสำรองสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และยาเวชภัณฑ์รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ต่างๆ ที่จำเป็นต่อการช่วยชีวิตผู้ป่วยทางโรงพยาบาลได้มีการดูแลเป็นพิเศษ

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทำการ จัดซื้อจัดหายา และเวชภัณฑ์รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ต่างๆ โดยมีการประเมินความเหมาะสมในด้านราคา ประสิทธิภาพ และคุณภาพของสินค้า พร้อมดูแลสินค้าคงคลังให้คงคุณภาพไว้คงเดิม นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทำการประเมินผู้ส่งมอบ การจัดส่ง และประสิทธิภาพของสินค้าและการบริการ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

กลไกการสื่อสารติดต่อกับผู้ส่งมอบกระทำโดยการติดต่อผ่านบุคคล โดยผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ทางโทรศัพท์ และทางแฟกซ์ ในกรณีที่พบปัญหาไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการทางโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จะติดต่อผู้ส่งมอบและผู้จัดจำหน่ายให้มาแก้ปัญหาร่วมกัน

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์พลังงาน สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติโดยมุ่งเน้นสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความปลอดภัยขององค์กรและชุมชน จัดให้มีการรณรงค์เพื่อแก้ไขปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม จนได้รับการรับรองคุณ

h 258458 ร.3

ภาพมาตรฐาน ISO14001 ในปี 2544 นอกจากนี้โรงพยาบาลได้จัดให้มีนโยบายสิ่งแวดล้อมเพื่อให้พนักงานใช้เป็นหลักในการปฏิบัติงาน

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ได้แต่งตั้งคณะกรรมการความปลอดภัยและชีวอนามัย (คปอส.) โดยมีสมาชิกที่เป็นผู้แทนฝ่ายบริหารและผู้แทนของพนักงาน เพื่อดูแลเรื่องความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมและการทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ยังได้มีมาตรการในการบริหารจัดการด้านวัตถุอันตรายต่างๆ เช่นมี Spill Kit และ Mercury Spill Kit เพื่อใช้ในการทำความสะอาดสารเคมีและสารปรอทหกรั่วไหล ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ป่วยและผู้ปฏิบัติงานได้และมีการรวบรวมกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เป็นสมาชิกราชกิจจานุเบกษาซึ่งโรงพยาบาลจะสามารถทราบกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอและมีการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติจริงกับข้อกำหนดของกฎหมาย

ระบบข้อมูลและการนำมาใช้

ระบบซอฟต์แวร์ที่เราใช้คือ Hospital 2000 ซึ่งเป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลทุกอย่างไว้ในฐานข้อมูลเพียงแห่งเดียว ไม่ว่าจะเป็นประวัติ สถิติ ข้อมูลด้านการเงินของผู้ป่วยซึ่งทำให้การนำข้อมูลมาใช้ประเมินผลในโครงการวิจัยเป็นไปอย่างง่ายดายและมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญคือไม่จำเป็นต้องเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่เป็นพิเศษในการประมวลผล สามารถเรียกดูข้อมูลที่ต้องการได้ภายในเวลาเพียงเสี้ยวนาที ตัวอย่างที่เห็น คือการดึงข้อมูลมาตอบคำถามว่าในปี พ.ศ. 2543 รายได้ที่เกิดจากกิจกรรมของแพทย์ทั่วไปและเฉพาะทางเป็นอย่างไร

รางวัลคุณภาพของโรงพยาบาลฯ

การรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001 : 2000 : โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในเอเชียที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO : 2001 ตามมาตรฐานยุโรป ซึ่งเป็นหลักประกันว่าโรงพยาบาลฯมีการติดตามดูแลด้านคุณภาพอย่างเข้มงวด มีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน และมีการบันทึกกระบวนการปฏิบัติงานและแนวทางการดำเนินงานภายในโรงพยาบาลฯทั้ง 1,700 ขั้นตอนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างเหมาะสม เป็นการให้ความมั่นใจกับผู้ป่วยได้ถึงการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพ ความถูกต้องแม่นยำ และผลการรักษาที่น่าเชื่อถือ มาตรฐาน ISO 9001:2000 ได้รับรองว่าโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็น "ผู้ให้บริการรักษาพยาบาลขั้นสูงสมบูรณ์แบบ"

การรับรองคุณภาพมาตรฐาน ISO14001 : เป็นรางวัลที่ยืนยันถึงขั้นตอนและกระบวนการในการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงพยาบาลฯที่ได้รับการยอมรับตามมาตรฐานสากล

การรับรองคุณภาพโรงพยาบาลไทย : บำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลเอกชนแห่งแรกในประเทศไทยที่ได้รับประกาศนียบัตรรับรองคุณภาพโรงพยาบาลไทย ตามมาตรฐานของสหรัฐอเมริกาและแคนาดา การรับรองคุณภาพโรงพยาบาลระดับสากล(JCIA) จากสหรัฐอเมริกา : บำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลแห่งแรกในเอเชียที่ได้รับการรับรองนี้

2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Philip Kotler (1997:47) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product performance) กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชั่น

ความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองหรือเข้าใจ (Perceived Performance) และความคาดหวัง (Expectations) ระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งออกอย่างกว้างๆเป็น 3 ระดับด้วยกัน และลูกค้ารายใดรายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้บริโภค จากการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่นักวิชาการได้ศึกษาค้นคว้าในช่วงที่ผ่านมาแนวความคิดที่สำคัญสามารถรวบรวมได้ดังนี้

ทฤษฎีความพอใจของนักมนุษย์ศาสตร์ ซึ่งเป็นทฤษฎีว่าด้วยความรู้สึกสองแบบมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทุกชนิดของมนุษย์จะตกอยู่ในกลุ่มความรู้สึกสองแบบนี้ ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นอีกได้ ดังนั้นจะเห็นได้ชัดว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้ก็มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางลบและความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า “ระบบความพอใจ” โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆได้และความรู้สึกทางบวกนี้เป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจแก่มนุษย์

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกหรือสร้างให้เกิดความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือ สิ่งเร้า(Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพอใจจะเป็นการศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใด

เป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่มนุษย์ เนื่องจากทรัพยากรหรือสิ่งเร้านั้นมีอยู่จำกัด ดังนั้น ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด เมื่อมีการจัดทรัพยากรหรือสิ่งเร้าที่มีอยู่อย่างถูกต้องและเหมาะสม (ปณต คงจิโรจน์.2539:36-37; อ้างอิงจาก Shelley and Honikman.1975)

3. ทฤษฎีและแนวคิดด้านเกี่ยวกับการให้บริการ

ทฤษฎีและแนวคิดด้านการบริการ (การบริหารการตลาดยุคใหม่ ปรับปรุงใหม่ล่าสุด รศ.ศิริวรรณ และคณะ:2541)

บริการ(Service)เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ซึ่งถึงประเภทบริการ ลักษณะของบริการและการใช้เครื่องมือการตลาด กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และการจัดการธุรกิจบริการ

ลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจัดต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น เรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันใสห้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มา ติดต่อ

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์จะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมภาพทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับ 7Ps

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (marketing mix) หรือ 7 Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) การจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากานั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่น ๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย 5) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคิดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขัน พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท 6) ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management (TQM)) 7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction)

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการ ในธุรกิจการให้บริการ (Three Types of marketing strategy in the service business) การตลาดธุรกิจบริการจึงต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายใน (Internal

marketing) :บริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External marketing) โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การตลาดภายใน (Internal marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจ

2. การตลาดภายนอก (External marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) หมายถึงการสร้างคุณภาพ บริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 คุณภาพด้านเทคนิค (Technical quality) เช่น วิธีการซอยผม วิธีการซ่อมรถ

3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional Quality) เช่น มีความรู้ด้านการรักษา ด้านการว่าความ

3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search qualities) เช่น ใบประกาศเกียรติคุณหรือโล่แสดงถึงความสามารถในการให้บริการ

3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience qualities) คือ ลักษณะบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ หลังจากการซื้อบริการ เช่น ผลของการฝ่าตัดดกแต่งบาดแผล

3.5 คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence qualities) คือ ลักษณะบริการที่ผู้ซื้อยากที่จะประเมินแม้จะได้ใช้บริการแล้วก็ตามเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าาจะประเมินคุณภาพาความเชื่อถือที่ได้รับ

งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการมี 3 ประการ คือ 1) ความแตกต่างจากคู่แข่งขัน (Competitive differentiation) 2) คุณภาพการให้บริการ (Service quality) 3) ประสิทธิภาพในการให้บริการ (Productivity)

การบริหารความแตกต่างการทางการแข่งขัน

การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing competitive differentiation) งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งขัน เป็นการลำบากที่จะสร้างให้

เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพ การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน สามารถทำได้ในลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ (Service quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปากจากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ 1) การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ 2) ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service fe3atures) ได้แก่ บริการที่กิจการที่เพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยการตอบสนองความคาดหวัง ในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีต คำพูดการโฆษณาของธุรกิจ ลูกค้าเลือกธุรกิจให้บริการโดยถือเกณฑ์ ภายหลังจากการรับการให้บริการ เขาจะเปรียบเทียบบริการที่รับรู้กับบริการที่คาดหวัง ถ้าบริการที่รับรู้ต่ำกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่สนใจ ถ้าบริการ ที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวังของเขา ลูกค้าจะใช้บริการนั้นซ้ำ

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณษและประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งขันทั่วไป นอกจากนี้เรายังสามารถสร้างความแตกต่างใหด้านภาพลักษณ์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า

2. โมเดลคุณภาพาของการบริการ (Service – quality model) Parasuraman, Zeithaml and Berry ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญโดยเน้นการส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งแสดงช่องว่าง 5 ดังนี้

2.1 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ในการจัดการของผู้บริโภค (Gap between consumer expectation and management perception) ถ้าฝ่ายจัดการไม่สามารถสร้างการรับรู้ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะเกิดช่องว่างนี้ขึ้น

2.2 ช่องว่างระหว่างการรับรู้จากการจัดการ และลักษณะคุณภาพการให้บริการ (Gap between management perception and service-quality specifications) ฝ่ายจัดการอาจจะ แก้ไขความต้องการของลูกค้าที่รับรู้ แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงานเฉพาะอย่าง

2.3 ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการ(Gap between service- quality specification and service delivery) พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมจะไม่สามารถทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานทำให้เกิดความขัดแย้งกับะาตรฐาน

2.4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก (Gap between service delivery and external communications) ความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากตัวแทนและการโฆษณาของบริษัท

2.5 ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง (Gap between perceived service and expected service) ช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้วัดการทำงานของบริษัท และไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

คุณภาพการให้บริการ (Service quality) จะมีลักษณะดังนี้ 1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย 3) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน 4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมนุษย์สัมพันธ์ มีความเป็นกันเองมีวิจารณญาณ 5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและคุลลากรต้องมีสามารถสร้งความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า 6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง 7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ 8) ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ 9) การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ และทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้ 10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องากรของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ประกอบด้วย ความหมายผู้บริโภค (Consumer) ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model / S-R Theory)

5.1 ความหมายผู้บริโภค

1) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 4) ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัวและครอบครัว

2. ชิสชิแมน (Schiffiman.1997:8) ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ผู้ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อการใช้ส่วนตัวครอบครัว หรือเป็นของกำนัลสำหรับเพื่อน เป็นการซื้อของบุคคลเพื่อการบริโภค ขั้นสุดท้าย ซึ่งอาจเรียกได้ว่า เป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย (End Users or Ultimate Consumers)

3. อดุลย์ จาตุรงคกุล (2534 : 4-5) ผู้บริโภค คือ ผู้ใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ผลิตได้ให้หมดไป เพื่อการตอบสนองความต้องการของตน

4. ทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์ : ผู้บริโภค หมายถึงบุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ (Ability to buy)

5. ทัศนะของนักการตลาด : ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มีความเต็มใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ (Willingness to buy)

6. ทัศนะอื่น ๆ : ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) (ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

7. ทัศนะของผู้วิจัย : ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้วยความพึงพอใจ

5.2 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

1) โรเบริต์ เอ็ม โกล์เด้นสัน (Robert M. Goldenson. 1984 : 90) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำหรือการตอบสนองการกระทำทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล และเป็น ปฏิสัมพันธ์ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอก รวมทั้งเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆ ที่เป็นไปอย่างมีจุดมุ่งหมายสังเกตเห็นได้ หรือเป็นกิจกรรมการกระทำต่าง ๆ ที่ได้ผ่านการใคร่ครวญมาแล้ว

2) ครุกแมน (Krugman.1968 : 350) แผนกจิตวิทยาแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมมนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ลักษณะการใช้และการยอมรับในสินค้าบริการนั้น

3) ธงชัย สันติวงษ์ (2540) : พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผู้บริโภคซึ่งต่างก็ต้องจัดหาสิ่งจำเป็นสำหรับความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน คือ สินค้าและบริการ จากระบบเศรษฐกิจมาตอบสนองความต้องการของคนในเวลาเดียวกัน กิจกรรมทางด้านการตลาด (Marketing) ก็เป็นส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในสังคม

4) อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543 : 10) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมหมายถึง การกระทำใด ๆ และการแสดงออกของบุคคล ทั้งที่สามารถสังเกตเห็นได้และไม่สามารถสังเกตเห็นได้ โดยการกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความสัมพันธ์สิ่งกระตุ้น ภายในและภายนอก

5) สมจิต ล้วนจำเริญ (2532 : 5) ได้ให้คำจำกัดความหมายของคำว่าพฤติกรรมการกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้บริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดให้เกิดกระทำต่างๆ

6) ลีออน แอนด์ ลีสไล (Leon and Leslie.1994 : 7) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

7) ชุดา จิตพิทักษ์ (2525 : 2) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในในของบุคคล ซึ่งคนภายนอกไม่สังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น ค่านิยม (Value) ที่ยึดถือเป็นหลักการในการประเมินสิ่งต่างๆ ทัศนะคติ(Attitude) ที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น (Opinion) ความเชื่อ (Belief) รสนิยม (Taste) และสภาพจิตใจที่ถือว่าเป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น

8) โซโลมอน (Solomom. 1967) : พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการศึกษากระบวนการต่างๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อเลือกสรร การซื้อ การใช้ หรือการบริโภค ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือ ประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่างๆ ให้ได้รับความพอใจ

9) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 : 124) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของพวกเขา

10) แม็ททิว จูเนียร์ (Mathews Junior and others. 1991 : 22) ได้ให้ความหมายของการศึกษาพฤติกรรม ของผู้บริโภคว่า "การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอาจหมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มของบุคคลจะทำการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไร ตลอดจนจะมีวิธีการซื้อและการใช้สินค้า และบริการนั้นอย่างไร จากกระบวนการทางการตลาดขององค์การธุรกิจ"

11) อุไรวรรณ แย้มนิยม. ยงยุทธ ฟูพงศ์ศิริพันธ์ (2543) : พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรือการศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของคนที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

12) อดุลย์ จาตุรงคกุล (2521 : 5) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ

13) แบล็กเวล แอนด์ ไมร์เนียร์ (Blackwell and Miniard. 1993 : 5) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเพื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้(Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

14) โมเวน และไมร์เนอร์ (Mowen and Minor, 1988) : พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการศึกษาถึงหน่วยการซื้อและกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภค และการกำจัดเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์ และความคิด

15) ธงชัย สันติวงษ์ (2540) : พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัตินั้นหรือการแสดงออกของมนุษย์เฉพาะเรื่อง ที่เกี่ยวกับกระบวนการของตัวบุคคลที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ การตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางใจและทางกายที่จะเป็นสำหรับการตัดสินใจ และพฤติกรรมผู้บริโภคจะเน้นการซื้อของ ซึ่งผู้ซื้อนำไปใช้บริโภคเอง การซื้อของผู้บริโภคเกือบทั้งหมด จะซื้อมาเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว

16) ปริญ ลักษิตานนท์ (2544 : 54) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้น หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการ

กระทำ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนนั้น หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ในขณะใดขณะหนึ่ง ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น จะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติ และค่านิยม

17) โฮเยอร์ และ เม็คอินนีส (Hoyer and Mcinnis. 1997) พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นผลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่สัมพันธ์กับการได้รับมา การบริโภค และการกำจัด อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ และความคิด โดยคนเป็นผู้ตัดสินใจซื้อในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

18) ทัศนะอื่น ๆ : พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ ทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านี้ ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ถูกต้องจะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจโดยใช้ความคิด รวมทั้งปฏิกิริยาทางร่างกายด้วย (อดุลย์ จาตุรงค์กุล , 2539)

19) **ทัศนะของผู้วิจัย : พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆ ของ**ผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อ หรือ การใช้บริการในสินค้าต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และทำเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น จึงมีแนวคิดที่จะวิจัยในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจ กับ พฤติกรรมผู้บริโภค ที่จะทำให้เกิดการซื้อ หรือใช้บริการ

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคได้แสดงให้เห็นเกี่ยวกับการใช้ หรือ ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการอันเป็นผลมาจากความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น

5.3 **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค มี 2 ประการ คือ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542 : 37 – 46)**

1. ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Internal factors)
2. ปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (External factors)

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Internal factors)

ปัจจัยภายใน จะเรียกว่า ตัวกำหนดพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่เข้ามาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคดังนี้

1) ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ของมนุษย์ ซึ่งทั้งสามประการนี้สามารถใช้แทนกันได้

2) แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง แรงเสริม หรือความรู้สึกที่ก่อให้บุคคลกระทำกิจกรรมต่างๆ

3) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีลักษณะแตกต่างไปจากคนอื่นๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบ หรือการตอบสนองที่ไม่เหมือนกันกับคนอื่นๆ

4) ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินความพอใจหรือไม่พอใจ ความคิด ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค สิ่งที่จะเข้ากำหนดทัศนคติ มี 3 ประการ คือ 1. ความรู้ 2. ความรู้สึก 3. แนวโน้วของนิสัย หรือความพร้อมที่จะกระทำ

5) การรับรู้ (Perception) หมายถึง การตีความหมายของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ หรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำเข้ามาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้งห้า

6) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งเกิดจากประสบการณ์หรือการเกิดของสัญชาตญาณ ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้

ปัจจัยภายนอก ทีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Extemal factors)

1) สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค

2) ครอบครัว (Family) ครอบครัวทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการ สินค้าและบริการ นักการตลาดต้องเข้าใจว่า ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของตัวแทนกระบวนการทางสังคม เป็นกระบวนการเตรียมคนเข้าสู่สังคมซึ่งประกอบด้วย โรงเรียน ครอบครัว ศาสนา สื่อมวลชน สถาบันการเมือง

3) สังคม (Social group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมสังคม (Social values) และความเชื่อถือ (Belief)

4) วัฒนธรรม (Culture) เป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่คนส่วนใหญ่ยอมรับธุรกิจใดที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม เชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัท และสร้างความรู้สึก หรือทัศนคติที่ดีให้เกิดกับบริษัทได้

5) การติดต่อธุรกิจ หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้านั้นๆ บ่อย ๆ มีความคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น เพราะหลักจิตวิทยามีอยู่อย่างหนึ่งกล่าวว่า ความคุ้นเคยก่อให้เกิดความรัก

6. แนวความคิดเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ

6.1 การศึกษาถึงการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ มีนักวิชาการได้ศึกษาไว้หลายท่านในที่นี้จะนำเสนอเพียงบางท่าน ดังนี้

6.1.1 อเดย์ และแอนเดอร์สัน (Aday and Anderson.1978 : 28) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ. 1970 ได้สรุปถึงปัจจัยพื้นฐาน 6 ประเภท ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ดังนี้

6.1.1.1 ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ(Convenience) ได้แก่

6.1.1.1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ (Office waiting time)

6.1.1.1.2 การได้รับการรักษาดูแล เมื่อมีความต้องการ (Availability of care when needed)

6.1.1.2 ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination) ได้แก่

6.1.1.2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง (Getting all needs met at one place) คือ ผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย

6.1.1.2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย อันได้แก่ ด้านร่างกายและจิตใจ (Concern of doctor for overall health)

6.1.1.2.3 แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา (Follow up care)

6.1.1.3 การที่มีความพึงพอใจต่ออัธยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ (courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการ และแสดงความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ป่วย

6.1.1.4 ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ (Medical Information) ได้แก่

6.1.1.4.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย (Information about what was wrong)

6.1.1.4.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาผู้ป่วย (Information About treatment) เช่น การปฏิบัติตนของผู้ป่วย การใช้ยา

6.1.1.5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Puality of care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับ ในทรรศนะของผู้ป่วยที่มีต่อบริการของสถานพยาบาล

6.1.1.6 ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out – of- pocket Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาความเจ็บป่วย

6.1.2 สตอร์มเบิร์ก (Stormberg. 1984 : 88-91) ได้กล่าวถึงการประเมินความพึงพอใจของบุคคล ว่าสามารถประเมินได้จากความรู้สึกของบุคคล ซึ่งเป็นการรับรู้ การตัดสินใจของบุคคลนั้น โดยมีวิธีการประเมินดังนี้

6.1.2.1 การประเมินจากคำบอกเล่าของผู้ป่วยโดยประเมินออกมาเป็นคะแนน

6.1.2.2 การประเมินจากคำบอกเล่าของผู้ป่วย โดยประเมินออกมาเป็นคำบรรยายข้อความบอกถึงลักษณะ หรือสภาพความเป็นอยู่ของผู้ป่วย

6.1.2.3 การประเมินโดยใช้การสังเกตจากบุคคลอื่น เช่น แพทย์ พยาบาล หรือบุคคลในทีมสุขภาพ และประเมินออกมาเป็นคะแนนเช่นเดียวกัน

6.1.3 เพ็นเซนร์สกาย และ โทมัส (Penschansky and Thomas. 1981 : 127-140) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการทางการแพทย์ โดยสรุปได้ 5 ประเภท คือ

6.1.3.1 ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการของผู้ป่วย

6.1.3.2 การเข้าถึงแหล่งบริการ (Accessibility) คือ ความสามารถที่จะไปใช้แหล่งบริการได้อย่างสะดวก โดยคำนึงถึงที่ตั้งและการเดินทาง

6.1.3.3 ความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวก ของแหล่งที่ให้บริการ (Accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้ป่วยยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวก

6.1.3.4 ความสามารถของผู้ป่วยในการที่จะสามารถที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการบริการ (Affordability) หรือมีการประกันสุขภาพ

6.1.3.5 การยอมรับคุณภาพของการบริการ (Acceptability) ซึ่งจะรวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

ในการประเมินผลความพึงพอใจในการบริการสามารถกระทำได้หลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ศึกษา หรือเรื่องที่ต้องการศึกษา แต่หากจะกล่าวโดยภาพรวม พบว่า มี 2 วิธีที่นิยมใช้ในการประเมิน ก็คือ การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างภายหลังจากที่เข้ารับบริการแล้ว

6.2 ปัจจัยอื่นๆ อีกหลายตัวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจเป็นปัจจัยแต่ละด้านดังนี

6.2.1 ปัจจัยด้านเพศ

6.2.1.1 จิรวัส ฉัตรไชยสิทธิกุล (2535 : 12) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกันตนที่เข้ามารับบริการในโรงพยาบาลตำรวจ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกันตนที่มาขอรับบริการทางแพทย์จากจำนวนทั้งหมด 65 ราย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายประมาณครึ่งหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เพศหญิงมีความสนใจที่จะมาขอรับบริการทางการแพทย์มากกว่าเพศชาย

6.2.1.2 วิลสัน (Wilson. 1970 : 77) ได้ศึกษาพบว่า เพศหญิงมีการไปปรึกษาแพทย์เกี่ยวกับสุขภาพของตนเองมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีเวลาเสาะแสวงหาการรักษาพยาบาลได้มากกว่า และสะดวกกว่าเพศชาย ความคุ้นเคยกับระเบียบขั้นตอนต่างๆ ในโรงพยาบาล อาจทำให้ผู้ป่วยเพศหญิงพึงพอใจต่อการบริการทางแพทย์มากกว่าเพศชาย เช่นเดียวกับการศึกษาของฮุลการ์ (Hulka. 1975 : 648-657) เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจต่อบริการทางการแพทย์ เมื่อเดือนเมษายน ค.ศ. 1972 ถึงกันยายน ค.ศ. 1943 พบว่า ผู้ป่วยเพศหญิงจะมีความพึงพอใจการบริการมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เพราะเพศหญิงยอมรับความเจ็บป่วยและเสาะแสวงหาการรักษาพยาบาลที่รวดเร็วกว่าเพศชายทำให้แพทย์ทำการรักษาได้ง่ายตั้งแต่เริ่มเจ็บป่วย

6.2.2 ปัจจัยด้านอายุ

6.2.2.1 วิภา ดุรงค์พิศิษฏ์กุล (2525 : 33) พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ กล่าวคือ ผู้ป่วยที่มีอายุมากมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ป่วยทีมีอายุน้อย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะวรรณ ประคุณคงชัย (2533 : 99) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อบริการของโรงพยาบาลของรัฐ พบว่า ผู้ป่วยที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจในระดับสูงมากกว่าผู้ป่วยที่มีอายุมาก

6.2.2.2เอ็บเดลลา และ ลีวายร์ (Adbellah and levine. 1957 : 100-108) ได้ศึกษาพบว่า ผู้ป่วยที่มีอายุมากขึ้น จะมีความพึงพอใจต่อการบริการทางการแพทย์มากกว่าผู้ป่วยที่

มีอายุน้อย ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่อายุมากขึ้นมักมีความเจ็บป่วยตามมา ทำให้ผู้ที่มีอายุมากจะไปโรงพยาบาลบ่อยครั้ง จนกระทั่งเกิดความคุ้นเคย

6.2.3 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

6.2.3.1 ประภัสสร เลียวไพโรจน์ (2523 : 42) ได้แสดงความคิดเห็นว่า การใช้บริการทางการแพทย์มีแนวโน้มที่จะแปรผันไปตามระดับการศึกษา ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงยิ่งมีความระแวงระวังเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพมากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการดูแลรักษาทั้งในเรื่องการป้องกัน และการรักษาสุขภาพ

6.2.3.2 ฮุลการ์ (Hulka. 11971 : 661-673) พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความพึงพอใจต่อความสามารถของแพทย์ และท่าทีของแพทย์ที่ปฏิบัติต่อผู้ป่วยมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ เฟรนช์ (French. 1976 : 6) ที่พบว่า บุคคลที่มีการศึกษา และมีสถานภาพทางสังคมสูง ย่อมมีความคาดหวังในบริการทางการแพทย์สูงด้วย เพราะได้รู้เห็นสิ่งต่างๆ มากกว่าความคาดหวังต่อการบริการทางแพทย์จึงอยู่ในระดับสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เมื่อความคาดหวังไม่ได้รับการสนองเต็มที่ อาจเกิดความไม่พึงพอใจได้ง่าย

6.2.4 ปัจจัยด้านอาชีพ

6.2.4.1 อาชีพเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการรับบริการ ตามที่เกรียงศักดิ์ เยียวยาสัตว์ (2539 : 243) ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ประกันตนในการรับบริการทางการแพทย์ในหน่วยผู้ป่วยนอก ศึกษาเฉพาะในโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกันตนที่มีอาชีพลูกจ้างชั่วคราวของส่วนราชการ จะมีความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์สูงกว่าผู้ประกันตนที่มีอาชีพทำงานในบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม และทำงานในโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สันทนา เจียมเจตจรูญ (2539 : 74) ที่พบว่า อาชีพของ ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่องานบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6.2.5 ปัจจัยด้านรายได้

6.2.5.1 กองวิชาการ กรมการแพทย์ (2522 : 22-23) ได้รายงานการศึกษาโรงพยาบาลเอกชน ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2521 ถึง กรกฎาคม 2522 พบว่า รายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประเภทของบริการทางการแพทย์ที่ประชาชนเลือกใช้ และพบว่า ผู้ที่มีรายได้เกินกว่า 21,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีการใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มรายได้อื่น

6.2.5.2 ไบซ์ และคณะ (Bice and others. 1973 : 287-286) ได้เสนอสถิติที่ศึกษาที่เมืองบัลติมอร์ สหรัฐอเมริกา เมื่อเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1968-พฤษภาคม ค.ศ. 1969

พบว่า ผู้มีรายได้สูงจะไปใช้บริการทางการแพทย์มากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ เช่นเดียวกับการศึกษาของ ริชาร์ดสัน (Richardson. 1972 : 244) ได้รายงานสถิติองค์การอนามัยโลกในสหรัฐ (National Center for Health Statistic) เมื่อเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 1966 – มิถุนายน ค.ศ. 1967 พบว่า คนรวยไปใช้บริการมากกว่าคนจน

6.2.6 ปัจจัยด้านประสบการณ์ที่เคยใช้บริการที่อื่น

6.2.6.1 วิภา ดุรงค์พิศิษ์กุล (2525 : 114) พบว่า ผู้ป่วยที่เคยใช้บริการจากที่อื่นจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ป่วยที่เคยใช้บริการจากที่อื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พิมพ์ศิริ ณ เชียงใหม่ (2529 : 85) ที่พบว่า ประสบการณ์ที่เคยใช้บริการจากที่อื่นของผู้มารับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับการศึกษาของ รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535 : 69) ที่พบว่า ผู้ประกันตนที่เคยใช้บริการทางการแพทย์ที่อื่นมาก่อนใช้บริการทางการแพทย์ในโครงการประกันสังคม มีความพึงพอใจในด้านอัธยาศัยของเจ้าหน้าที่ด้านบริการที่รวดเร็วทันเวลา ด้านความพอเพียง ด้านค่าใช้จ่ายที่เสียไป และด้านคุณภาพต่ำกว่า ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการทางการแพทย์ที่ใด ๆ มาก่อน

6.2.6.2 เทรซเลอร์ และ แม็คคานิล (Tessler and Machanic. 1975 : 95-112) ได้ศึกษาการรับบริการตรวจสุขภาพเบื้องต้นในสหรัฐอเมริกา เมื่อ ค.ศ. 1973 พบว่า ความพึงพอใจของบุคคลมีผลต่อบริการทางการแพทย์ที่ได้รับแตกต่างกัน เนื่องจากความคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับมาไม่เหมือนกัน

6.2.7 ปัจจัยด้านที่พักอาศัยและการใช้เวลาเดินทาง

6.2.7.1 นงคราญ ผาสุก และคณะ (2524 : 33) ได้ศึกษาพบว่า บ้านอยู่ไกลจากโรงพยาบาล การเดินทางไปมาไม่สะดวก เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ก่อให้เกิดความเครียดปานกลางแก่ผู้ป่วยนอก ที่มารับบริการที่โรงพยาบาลรามาธิบดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พิมพ์ศิริ ณ เชียงใหม่ (2529 : 85) และการศึกษาของ ปิยวรรณ ประคุณคงชัย (2533 : 100) ที่พบว่า การใช้เวลาเดินทางของผู้มารับบริการไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความพึงพอใจ และผู้ป่วยที่มีระยะทางจากบ้านถึงโรงพยาบาลใกล้กว่า 10 กิโลเมตร

6.2.8 ปัจจัยด้านลักษณะการเจ็บป่วย

6.2.8.1 ลักษณะการเจ็บป่วย ก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญความพึงพอใจ ตามที่ อัมพร เจริญชัย (2521 : 74) ได้ทำศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการของโรงพยาบาลจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ป่วยโรคทั่วไปจะมีความพึงพอใจดีกว่าผู้ป่วยเรื้อรัง

6.2.8.2 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาล ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้ศึกษา สนใจที่จะนำปัจจัยทั้ง 8

ด้าน ได้แก่ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ที่เคยใช้บริการที่อื่น ที่พักอาศัย และการใช้เวลาเดินทาง และลักษณะการเจ็บป่วย มาศึกษาด้วย เพื่อต้องการทราบว่า ปัจจัยแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจเพียงใด

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สันทนา เจียมเจตจรูญ (2539 : 74-76) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยใน จำนวน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่องานบริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับสูง ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่องานบริการ ส่วนเพศไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และผลการวิจัยยังพบว่าผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลแผนกผู้ป่วยนอก มีความพึงพอใจแตกต่าง จากผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลแผนกผู้ป่วยในอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ใช้บริการในโรงพยาบาล ประเภทบุคคลทั่วไปมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลประเภทบริษัทคู่สัญญา อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นงคราญ ผาสุก และคณะ (2524 : 53-55) ได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความเครียดใน ผู้ป่วยที่มารับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลรามาธิบดี จำนวน 250 ราย โดยองค์ประกอบ ได้แก่ บุคลากร ความเจ็บป่วย บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความเครียด และความไม่พอใจแก่ผู้ป่วยและญาติที่มารับการบริการมากที่สุด คือการเสียเวลาในการรอรับบริการตรวจรักษาผู้มารับบริการมีมากแออัด และสถานที่คับแคบ ส่วนองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความเครียดปานกลาง ได้แก่ การได้รับตรวจช้า เจ้าหน้าที่ใช้คำพูดและน้ำเสียงไม่น่าฟังกับผู้ป่วย มีสีหน้าไม่เป็นมิตร ไม่สนใจความทุกข์ของผู้ป่วยแพทย์ใช้เวลาในการตรวจรักษาเร็ว ไม่แน่ใจว่าการตรวจละเอียดและถูกต้องหรือไม่ นอกจากนี้ยังมีความเครียดจากการไม่ทราบขั้นตอนและรายละเอียดกับการติดต่อกับแผนกต่างๆ ส่วนองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความเครียดน้อยที่สุด คือ การไม่ได้รับความสะดวกในด้านรถเข็น เปล และความไม่มั่นใจในความสามารถของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ในการรักษาพยาบาล

บังอร ผงผ่าน (2538 : 89-90) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการของโรงพยาบาลชุมชน กรณีศึกษา โรงพยาบาลกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยวิธีการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลที่โรงพยาบาลชุมชน กรณีศึกษา โรงพยาบาลกันทรลักษ์ ช่วงวันที่ 1 เมษายน ถึง

30 กันยายน 2537 จำนวน 2,297 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการที่ตึกผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาลกันทรลักษ์ อยู่ในระดับสูง และความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ มีความผันแปรตามกิจกรรมของงานบริการที่ตึกผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาลกันทรลักษ์ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น ระดับศึกษา ลักษณะอาชีพ ลักษณะฐานะทางเศรษฐกิจ และสิทธิการรักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการอย่างชัดเจน

สมพร ตั้งสะสม (2536 : 96-99) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการบริการทางการแพทย์ภายใต้พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 กรณีประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยอันมิใช่เนื่องจากการทำงาน โดยเก็บรวบรวมจากผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยมีประสบการณ์ขอรับบริการทางการแพทย์ จากสถานพยาบาลประกันสังคม จำนวน 340 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ประกันตนที่มีต่อการบริการทางการแพทย์ อยู่ใน ระดับสูง ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจทางการแพทย์ ส่วนเพศ อายุ รายได้ และประสบการณ์ที่เคยใช้บริการจากสถานบริการอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจทางการแพทย์

มณธิรา สันติภาพมณฑล (บทคัดย่อ : 2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลยันฮี" โดยมีผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลยันฮี ที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม และผลจากการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลยันฮีเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 24 – 32 ปี มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท ซึ่งผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลยันฮีดังกล่าวมีความพึงพอใจในการให้บริการทั้ง 7 ด้าน (7 Ps) อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการทั้งในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลที่รู้จัก ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บุณยรักษา กายาผาด (บทคัดย่อ : 2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร และได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้เป็นผู้ที่มารับบริการที่โรงพยาบาลในเดือนสิงหาคม 2545 ที่มีช่วงอายุระหว่าง 16 – 60 ปี จำนวนทั้งสิ้น 312 คน ซึ่งมีผลจากการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาล แต่ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 10 ด้าน คือ ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ด้านการให้บริการ ด้านความสะดวกในการเข้ารับบริการ ด้าน

ความมีชื่อเสียงของแพทย์ ด้านความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง ด้านความทันสมัยของเครื่องมือแพทย์ ด้านความเต็มใจในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการรับรู้ความเจ็บป่วย และในด้านความมั่นใจในการบริการ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาล และจากการวิจัยยังพบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการใช้บริการที่โรงพยาบาล มี 6 ปัจจัย และสามารถเรียงลำดับจากมากสุดไปหาน้อยสุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านความมั่นใจในบริการ ปัจจัยด้านความเหมาะสมทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านความเต็มใจในการให้บริการ ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้ารับบริการ และปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลในการเข้ารับบริการ

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โดยได้ดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1..ประชากร.(Population).คือ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือผู้ใช้บริการที่ใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2538:185 - 186)

$$n = \frac{p\,(1 - p)\,Z2}{e2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม

z = ค่าความเชื่อมั่น

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรทั้งหมดเท่ากับ 0.50 ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5%

p = 0 .50

z = ณ ระดับความมั่นใจ 95% ดังนั้น Z = 1.96

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ดั้งนั้น e =0.05

แทนค่า $n = \frac{0.50\ (1 - 0.50)\ (1.96)2}{(0.05)2}$

$n = 385$ คน

ดังนั้น ในการหากลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 385 คน สำรองไว้ 15 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 คน และการเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบวิจารณญาณหรือเจาะจง (Judgment Sampling / Purposive Sampling) เป็นเลือกกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้กำหนดสถานที่ในการเก็บแบบสอบถามที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) มี 3 ตอน คือ

<u>ตอนที่ 1</u> ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check List) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท สเกลนามกำหนด (Nominal Scale) และข้อมูลประเภทสเกลนามลำดับ (Ordinal Scaie)

<u>ตอนที่2</u> ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการเพื่อมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ลักษณะของคำถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) จำนวน 20 ข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับคือ

5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์กำหนดระดับค่าเฉลี่ย พิจารณาจากการจัดช่วงมีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

<u>ตอนที่ 3</u> พฤติกรรมในการใช้บริการทางแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นการวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

คำถามที่ 1	5	หมายถึง	การกลับมาใช้บริการแน่นอน
	4	หมายถึง	การที่อาจจะกลับมาใช้บริการ
	3	หมายถึง	การที่ยังไม่ได้ตัดสินใจในการกลับมาใช้บริการ
	2	หมายถึง	การที่อาจจะไม่กลับมาใช้บริการ
	1	หมายถึง	การไม่กลับมาใช้บริการแน่นอน

เกณฑ์กำหนดระดับค่าเฉลี่ย พิจารณาจากการจัดช่วงมีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง การกลับมาใช้บริการแน่นอน

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง การที่อาจจะกลับมาใช้บริการ

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง การที่ยังไม่ได้ตัดสินใจในการกลับมาใช้บริการ

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง การที่อาจจะไม่กลับมาใช้บริการ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง การไม่กลับมาใช้บริการแน่นอน

คำถามที่ 2	5	หมายถึง	ความเป็นไปได้มากที่สุดที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ
	4	หมายถึง	ความเป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ
	3	หมายถึง	ความเป็นไปได้ปานกลางที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ
	2	หมายถึง	ความเป็นไปได้น้อยที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

1 หมายถึง ความเป็นไปได้น้อยที่สุดที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

เกณฑ์กำหนดระดับค่าเฉลี่ย พิจารณาจากการจัดช่วงมีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ความเป็นไปได้มากที่สุดที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ความเป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ความเป็นไปได้ปานกลางที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ความเป็นไปได้น้อยที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ความเป็นไปได้น้อยที่สุดที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชนดังนี้

1.1 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่างๆ

1.2 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3 ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

2.1 ขอจดหมายจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือในใช้สถานที่ในการแจกแบบสอบถาม

2.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลบริเวณที่ได้รับเลือกในขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

2.3 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงและรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองตามพื้นที่ในการวิจัย เพื่อดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดทำข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูล โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา ตรวจสอบความถูกต้อง
2. ดำเนินการลงรหัสข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับ
3. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS/PC (Statistical Package of Social Science version 11.5)

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณา (Descriptive Analysis)

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (อภินันท์ จันตานี. 2538 : 75)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean หรือ $\bar{x}$) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha – Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 449) สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k\ \overline{covariance}\ /\ \overline{variance}}{1 + (k-1)\ k\ \overline{covariance}\ /\ \overline{variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k แทน จำนวนคำถาม

$\overline{covariance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

$\overline{variance}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่างค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า t-test เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร Independent t – test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 164 -165) ดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน t-distribution

$\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S^2_1 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S^2_2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ค่า One Way ANOVA เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สูตร One Way ANOVA ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544:175)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 Fisher Least Significant Difference (LSD) (ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. 2544:316) เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม ใช้เมื่อผลของ One Way ANOVA นั้นมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) กล่าวคือ ปฏิเสธ (H_0) หรือยอมรับ (H_1) ที่ว่า ค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มไม่เท่ากันหมด หรือมีอย่างน้อย 1 กลุ่ม ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างจากค่าเฉลี่ยกลุ่มอื่นๆ

การเปรียบเทียบค่า $(\bar{X}_i - \bar{X}_j)$ กับ $(t_{\alpha, df} \cdot \sqrt{2(S_p^2)\left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}\right)})$

เมื่อ α คือ ระดับนัยสำคัญ

df คือ df ของความแตกต่างภายในกลุ่ม

S_p^2 คือ MS_w จากตาราง ANOVA

n_i, n_j คือ จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

3.4 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียรสัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 314) ดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ΣX แทน ผลรวมของคะแนน X

ΣY แทน ผลรวมของคะแนน Y

ΣX^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣY^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣXY แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะที่สำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กัน (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 310 - 311)

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 ค่า -1.00 และ 1.00 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกันส่วนค่า 0.00 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน

2. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางบวก หรือข้อมูลมีความสัมพันธ์ตามกัน หมายความว่าเหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย หรือกล่าว

ในทางกลับกันว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่งด้วย

3. ข้อมูลมีความสัมพันธ์กันทางลบ หรือข้อมูลมีความสัมพันธ์ตรงข้ามกัน หมายความว่าเหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนต่ำในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนสูงในอีกตัวแปรหนึ่ง หรือกล่าวในทางกลับกันว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่ได้คะแนนสูงในตัวแปรหนึ่ง แล้วได้คะแนนต่ำในอีกตัวแปรหนึ่ง

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 316)

ค่าความสัมพันธ์	แสดงว่า
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
0.01 – 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.31 – 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับกลาง
0.71 – 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.91 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ระหว่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t – test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 164 -165) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในส่วนของเพศ กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2. การทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สูตร One Way ANOVA (กัลยา วานิชย์บัญชา 2544:175) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 - 5 ในส่วนของอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ ความพึงพอใจในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ 7Ps กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียรสัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 314) เพื่อทดสอบ สมมติฐานข้อที่ 6

ส่วนการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ t – test

1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ One Way ANOVA

1.3 การศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ One Way ANOVA

1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ One Way ANOVA

1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ One Way ANOVA

2. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการเพื่อมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

N	แทน	จำนวนประชาชนในกลุ่มตัวอย่าง
$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้ในการพิจารณา (t - Distribution)
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา (F - Distribution)
Sig	แทน	ความน่าจะเป็น สำหรับบอกระดับนัยสำคัญ (Significance)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อมูลอื่นๆของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ (7Ps)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลอื่นๆของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยแจกแจงเป็นจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	190	47.5
หญิง	210	52.5
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	68	17.0
ระหว่าง 26 – 35 ปี	163	40.8
ระหว่าง 36 – 45 ปี	114	28.5
46 ปีขึ้นไป	55	13.7
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมปลาย/ปวช	60	15.0
ปวส/อนุปริญญา	68	17.0
ปริญญาตรี	204	51.0
สูงกว่าปริญญาตรี	68	17.0
รวม	400	100.00
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	38	9.5
พนักงานบริษัทเอกชน	158	39.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	81	20.2
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	77	19.3

ตาราง 5 (ต่อ)

แม่บ้าน	46	11.5
รวม	400	100.00
5. รายได้		
ไม่เกิน 20,000 บาท	171	42.8
20,001 - 30,000 บาท	116	29.0
30,001 - 40,000 บาท	54	13.5
40,001 - 50,000 บาท	31	7.7
50,001 บาทขึ้นไป	28	7.0
รวม	400	100.00

หมายเหตุ มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลด้านอาชีพ จากเดิมกำหนดไว้เป็นอื่นๆให้เป็นอาชีพแม่บ้าน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบข้ออื่นๆ ได้ระบุว่าเป็นแม่บ้าน

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกออกดังนี้

พิจารณาตามเพศของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ตามลำดับ

พิจารณาตามอายุของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26 - 35 ปี มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงอายุ 36 – 45 ปี มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 อายุไม่เกิน 25 ปี มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อายุ 46 ปีขึ้นไป มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

พิจารณาตามระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการ ศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาระดับปวส/อนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมปลาย/ปวช จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

พิจารณาตามอาชีพของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลง รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อนละ 20.3 เจ้าของธรุกิจส่วนตัว จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 แม่บ้าน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

พิจารณาตามรายได้ของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมามีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และมีรายได้ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วงระหว่าง 26 – 35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้อยู่ในช่วงไม่เกิน 20,000 บาท

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ (7Ps) ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

การวิเคราะห์ความพึงพอใจในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ (7Ps) ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ที่ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ โดยจำแนกออกเป็นด้าน ๆ มีทั้งหมด 7 ด้าน ดังนี้

ตาราง 6 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านผลภัณฑ์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงอใจ
ความรู้และความเชี่ยวชาญของแพทย์ และบุคลากร	4.32	0.686	มาก
ความหลากหลายของการให้บริการ เช่น มีแผนกหรือ ศูนย์การรักษาเฉพาะโรค ครอบคลุมทุกโรค	4.19	0.681	มาก
จำนวนแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่อื่นๆ มีเพียงพอต่อการให้บริการ	4.31	0.643	มาก
ความพร้อมของสถานที่ในการให้บริการ เช่น มีห้องพักของผู้ป่วยในและนอก อย่างเพียงพอ	4.22	0.680	มาก
ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้ในการตรวจรักษา	4.30	0.687	มาก
คุณภาพของเวชภัณฑ์ที่ท่านได้รับจากทางโรงพยาบาล	4.16	0.684	มาก
ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	4.25	0.543	มาก

จากตารางแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ตาราง 7 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความพึงพอใจในด้านราคา	$\bar{X}$.	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
อัตราค่าตรวจและวินิจฉัยโรคของแพทย์	3.83	0.768	มาก
ราคาค่ายาและเวชภัณฑ์ของทางโรงพยาบาล	3.81	0.789	มาก
ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการรักษา กับ ผลการรักษา	3.93	0.749	มาก
ความพึงพอใจในด้านราคาโดยรวม	3.85	0.724	มาก

จากตารางแสดงว่าความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ตาราง 8 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ	$\bar{X}$.	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่ตั้งของโรงพยาบาล สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	4.20	0.742	มาก
มีสัญลักษณ์หรือป้ายบอกทางไปแผนกต่างๆ ชัดเจน	4.26	0.665	มาก
สถานที่จอดรถภายในโรงพยาบาลเพียงพอ และสะดวกต่อการมาใช้บริการ	4.07	0.660	มาก
ความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการโดยรวม	4.18	0.555	มาก

จากตารางแสดงว่าความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ตาราง 9 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจใน ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$.	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การจัดโปรแกรมราคาพิเศษในการรักษา หรือตรวจสุขภาพ	3.83	0.727	มาก
การตรวจรักษาในราคาพิเศษ เมื่อมีเทศกาลสำคัญ	3.68	0.702	มาก
ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม	3.75	0.647	มาก

จากตาราง ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ตาราง10 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจใน ด้านบุคลากร ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความพึงพอใจในด้านบุคลากร	$\bar{X}$.	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความเอาใจใส่ และความกระตือรือร้นในการให้บริการของแพทย์ หรือพนักงานที่เกี่ยวข้อง	4.18	0.614	มาก
ความสุภาพ และ กริยา มารยาท ของแพทย์ และ พนักงานที่เกี่ยวข้อง	4.20	0.602	มาก
ความพึงพอใจในด้านบุคลากรโดยรวม	4.19	0.535	มาก

จากตารางแสดงว่าความพึงพอใจในด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ตาราง 11 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจใน ด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$.	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การนำนวัตกรรมทางการแพทย์ใหม่ๆ มาใช้ในการรักษา เพื่อเพิ่มคุณภาพในการให้บริการ	4.11	0.722	มาก
การนำเสนอวิธีการรักษาที่ทันสมัย ของโรงพยาบาล ต่อผู้บริโภค เช่นการเสนอวิธีการใช้แสงเลเซอร์ หรือ วิธีการผ่าตัดในการรักษา เพื่อให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจเลือกวิธีการ	4.11	0.747	มาก
ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม	4.11	0.686	มาก

จากตารางความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ตาราง 12 แสดง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจใน ด้านกระบวนการการให้บริการ ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความพึงพอใจในด้านกระบวนการการให้บริการ	$\bar{X}$.	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความสะดวก และ รวดเร็ว ของขั้นตอนการให้บริการ เริ่มตั้งแต่การลงทะเบียนผู้ป่วยนอก จนถึง การชำระเงินค่ารักษา	4.21	0.718	มาก
กระบวนการการนัดหมาย และการติดตามผู้ใช้บริการให้มาพบแพทย์ตามที่นัดหมายไว้ หรือการแจ้งเลื่อนการนัดหมาย ในกรณีที่แพทย์ไม่สามารถมาตามที่นัดหมายไว้ได้	4.13	0.725	มาก
ความพึงพอใจในด้านกระบวนการการให้บริการโดยรวม	4.17	0.675	มาก

จากตารางความพึงพอใจในด้านกระบวนการการให้บริการ ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้าน พฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ พฤติกรรมการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ

ตาราง 13 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้าน พฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ พฤติกรรมการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การกลับมาใช้บริการซ้ำที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์	3.93	0.766	อาจจะกลับมาใช้บริการ
การแนะนำหรือชักจูงคนรู้จักหรือญาติให้มาใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์	3.81	0.836	เป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

จากตารางที่ 13 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ผู้ที่มาใช้บริการมีความคิดเห็นว่าอาจจะกลับมาใช้บริการ และในด้านการแนะนำหรือชักจูงคนรู้จัก หรือญาติให้มาใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ผู้ที่ใช้บริการก็เห็นว่ามีความเป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้แบ่งการทดสอบออกตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ทั้งในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ โดยสามารถจำแนกและเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

เพศ

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิง ที่เป็นอิสระกัน วิเคราะห์ โดยใช้ค่าที (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบดังตาราง

ตาราง 14 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	t-test for Equality of Means				
	เพศ	$\bar{X}$.	S.D.	t	Sig.
การกลับมาใช้บริการซ้ำ	ชาย	3.99	.816	1.479	.140
	หญิง	3.88	.715		
การแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ	ชาย	3.84	.827	.844	.399
	หญิง	3.77	.844		

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ของผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีค่าความน่าจะเป็นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ .140 และ .399 ซึ่งมากกว่า .05 นั้นคือ ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

อายุ

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่าความน่าจะเป็นสำหรับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 เมื่อปฏิเสธสมมติฐานหลักจะต้องทำการเปรียบเทียบต่อไปว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการทดสอบดังตารางตารางที่ 15

ตาราง 15 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์จำแนกตามอายุ

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ	ระหว่างกลุ่ม	3	11.761	3.920	6.984	.000*
	ภายในกลุ่ม	396	222.279	0.561		
	รวม	399	234.040			
ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	20.557	6.852	10.508	.000*
	ภายในกลุ่ม	396	258.233	0.652		
	รวม	399	278.790			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางแสดงว่า ผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

และได้ทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ซึ่งได้ผลดังตาราง 16 และ ตาราง 17

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ

อายุ	$\bar{X}$ =	อายุ			
		ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
		$\bar{X}$ = 3.62	$\bar{X}$ = 3.89	$\bar{X}$ = 4.12	$\bar{X}$ = 4.04
ไม่เกิน 25 ปี	3.62		(.012)**	(.000)*	(.002)**
26 – 35 ปี	3.89			(.011)**	(.210)
36 – 45 ปี	4.12				(.483)
46 ปีขึ้นไป	4.04	-	-	-	-

ค่าใน ( ) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่16 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี 36-45 ปี และ 46 ปีขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีความน่าจะเป็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุในช่วง 26 – 35 ปี

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

อายุ	$\bar{X}$ =	อายุ			
		ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
		$\bar{X}$ = 3.50	$\bar{X}$ = 3.67	$\bar{X}$ = 4.09	$\bar{X}$ = 4.00
ไม่เกิน 25 ปี	3.50		(.149)	(.000)*	(.001)*
26 – 35 ปี	3.67			(.000)*	(.009)*
36 – 45 ปี	4.09				(.509)
46 ปีขึ้นไป	4.00	-	-	-	-

ค่าใน ( ) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่17 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี และ 46 ปีขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี และ 46 ปีขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุในช่วง 26 – 35 ปี

ระดับการศึกษา

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่าความน่าจะเป็นสำหรับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 เมื่อปฏิเสธสมมติฐานหลักจะต้องทำการเปรียบเทียบต่อไปว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการทดสอบดังตารางตารางที่ 18

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.267	1.422	2.452	.063
	ภายในกลุ่ม	396	229.773	0.580		
	รวม	399	234.040			
ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.841	1.614	2.333	.074
	ภายในกลุ่ม	396	273.949	0.692		
	รวม	399	278.790			

จากตารางแสดงว่า ผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพ

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่าความน่าจะเป็นสำหรับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 เมื่อปฏิเสธสมมติฐานหลักจะต้องทำการเปรียบเทียบต่อไปว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการทดสอบดังตารางตารางที่ 19

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ	ระหว่างกลุ่ม	4	10.653	2.663	4.709	.001*
	ภายในกลุ่ม	395	223.387	0.566		
	รวม	399	234.040			
ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	18.551	4.638	7.040	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	260.239	0.659		
	รวม	399	278.790			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 19 แสดงว่า ผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และได้ทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ซึ่งได้ผลดังตาราง 20 และ ตาราง 21

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ

อาชีพ	$\overline{X}$	อาชีพ				
		นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	แม่บ้าน
		$\overline{X}$ = 3.58	$\overline{X}$ = 3.92	$\overline{X}$ = 3.83	$\overline{X}$ = 4.18	$\overline{X}$ = 4.00
นักเรียน/นักศึกษา	3.58		(.011)**	(.094)	(.000)*	(.011)**
พนักงานบริษัทเอกชน	3.92			(.346)	(.014)**	(.547)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.83				(.003)*	(.214)
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.18					(.195)
แม่บ้าน	4.00	-	-	-	-	-

ค่าใน ( ) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่20 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และแม่บ้าน มีความน่าจะเป็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความน่าจะเป็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความน่าจะเป็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

อาชีพ	$\overline{X}$	อาชีพ				
		นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	แม่บ้าน
		$\overline{X}$ = 3.37	$\overline{X}$ = 3.86	$\overline{X}$ = 3.63	$\overline{X}$ = 4.13	$\overline{X}$ = 3.74
นักเรียน/นักศึกษา	3.37		(.001)*	(.102)	(.000)*	(.038)**
พนักงานบริษัทเอกชน	3.86			(.038)**	(.018)**	(.372)
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.63				(.000)*	(.465)
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.13					(.010)*
แม่บ้าน	3.74					

ค่าใน ( ) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่21 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และแม่บ้าน มีความน่าจะเป็นในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความน่าจะเป็นในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีความน่าจะเป็นในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ผู้ใช้บริการที่เป็นแม่บ้าน มีความน่าจะเป็นในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

รายได้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่าความน่าจะเป็นสำหรับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05 เมื่อปฏิเสธสมมติฐานหลักจะต้องทำการเปรียบเทียบต่อไปว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้ LSD (Least Significant Difference) ผลการทดสอบดังตารางตารางที่ 22

ตาราง 22 การทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์จำแนกตามรายได้

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ	ระหว่างกลุ่ม	4	30.626	7.656	14.868	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	203.414	0.515		
	รวม	399	234.040			
ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	38.553	9.638	15.847	.000*
	ภายในกลุ่ม	395	240.237	0.608		
	รวม	399	278.790			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางแสดงว่า ผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

และได้ทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มรายได้เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD ซึ่งได้ผลดังตาราง 23 และ ตาราง 24

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ

รายได้	$\overline{X}$	อาชีพ				
		ไม่เกิน 20,000 บาท $\overline{X}$ = 3.64	20,001–30,000 บาท $\overline{X}$ = 4.05	30,001 – 40,000 บาท $\overline{X}$ = 4.22	40,001 – 50,000 บาท $\overline{X}$ = 4.06	50,001 บาทขึ้นไป $\overline{X}$ = 4.50
ไม่เกิน 20,000	3.64		(.000)*	(.000)*	(.002)*	(.000)*
20,001–30,000 บาท	4.05			(.150)	(.930)	(.003)*
30,001 – 40,000 บาท	4.22				(.330)	(.097)
40,001 – 50,000 บาท	4.06					(.020)**
50,001 บาทขึ้นไป	4.50					

ค่าใน ( ) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่23 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป มีความน่าจะเป็นที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

รายได้	$\overline{X}$	อาชีพ				
		ไม่เกิน 20,000 บาท $\overline{X}$ = 3.45	20,001–30,000 บาท $\overline{X}$ = 4.03	30,001 – 40,000 บาท $\overline{X}$ = 4.11	40,001 – 50,000 บาท $\overline{X}$ = 4.00	50,001 บาทขึ้นไป $\overline{X}$ = 4.21
ไม่เกิน 20,000	3.45		(.000)*	(.000)*	(.000)*	(.000)*
20,001–30,000 บาท	4.03			(.551)	(.827)	(.274)
30,001 – 40,000 บาท	4.11				(.528)	(.570)
40,001 – 50,000 บาท	4.00					(.293)
50,001 บาทขึ้นไป	4.21					

ค่าใน ( ) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่24 ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป มีความน่าจะเป็นในการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท

ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

H_1 : ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการทดสอบสมมติฐานจะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำและในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

ตัวแปร	การกลับมาใช้บริการซ้ำ		การแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ	
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)
1.ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์	.327	.000*	.334	.000*
2.ความพึงพอใจในด้านราคา	.310	.000*	.253	.000*
3.ความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ	.233	.000*	.315	.000*
4.ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด	.223	.000*	.273	.000*
5.ความพึงพอใจในด้านบุคคลหรือพนักงาน	.351	.000*	.251	.000*
6.ความพึงพอใจในด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	.282	.000*	.330	.000*
7.ความพึงพอใจในด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้า	.265	.000*	.347	.000*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (N = 400)

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการผู้วิจัยแยกพิจารณาดังนี้

1. ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

2. ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านราคา กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง และในระดับต่ำ ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านสถานที่การให้บริการ กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ และ ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาด กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานต่ำ

5. ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านบุคคลหรือพนักงาน กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง และในระดับต่ำ ตามลำดับ

6. ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านการสร้างและการนเสนอลักษณะทางกายภาพ กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ และในระดับปานกลาง ตามลำดับ

7. ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้า กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาล

บำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำและในระดับปานกลาง ตามลำดับ

บทที่ 5
สรุปผล อภิปลายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ เพื่อนำผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการวางกลยุทธในการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาแนวทางและวิธีการให้บริการของโรงพยาบาลให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และ ความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ 7Ps กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ความสำคัญของงานวิจัย

1. เพื่อให้โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาลในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และพฤติกรรมในด้านการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ

2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารของทางโรงพยาบาลในการปรับปรุงและรักษาระดับคุณภาพของโรงพยาบาล ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ

3. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริหารของโรงพยาบาล ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด และเพื่อเป็นการรักษาชื่อเสียงของทางโรงพยาบาล

สมมติฐานในการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
2. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
5. รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
6. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือผู้ใช้บริการที่ใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ดังนั้น ในการหากลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 385 คน ขอเพิ่มอีก 15 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 คน และการเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบวิจารณญาณหรือเจาะจง (Judgment Sampling / Purposive Sampling) เป็นเลือกกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้กำหนดสถานที่ในการเก็บแบบสอบถามที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวมรวมข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยจะทำการขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

2. เก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความร่วมมือจากผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบทราบถึงวัตถุประสงค์ วิธีการตอบแบบสอบ และคอยรับแบบสอบถามทันที

การจัดทำข้อมูล

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการอกแบบไว้ (Try out) และดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ Cronbach's

2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

4. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส (Coding) ตามที่กำหนดไว้ในลงแบบรหัสสำหรับประมวลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

5. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในคอมพิวเตอร์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package of Social Sciences) For Windows Version 11.5

การหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปทำการทดลอง (Try out) จำนวน 30 ชุด กับผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ พร้อมนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาทำการตรวจหาค่าความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการของ Cronbach's ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวมีค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.9238 นั่นหมายถึง แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ มีความน่าเชื่อถือได้สูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านความพึงพอใจในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ (7 Ps) และพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การทดสอบสมมติฐาน

1. ใช้การทดสอบแบบ t-test ในการทดสอบสมมุติฐานที่มีตัวแปรต้นเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีเพียง 2 กลุ่ม และตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1คือเพศ กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ

2. ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยตัวของตัวแปรอิสระ 2 ตัวขึ้นไป ถ้าผลการทดสอบพบว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ 2 ตัวขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงทดสอบรายคู่โดยใช้ LSD (Least– Significant Different) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างอีกขั้นหนึ่ง ซึ่งการใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance จะใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 - 5 คืออายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ

3. ใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อคำนวณหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นที่เป็นตัวแปรเชิงปริมาณและตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ โดยการคำนวณค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจในด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) กับ พฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ สรุปผลดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อมูลอื่นๆของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ (7Ps)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน ดังนี้

ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วงระหว่าง 26 – 35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้อยู่ในช่วงไม่เกิน 20,000 บาท

ตอนที่2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ (7Ps)

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านส่วนผสมการตลาดบริการ (7Ps) สรุปผลได้ดังนี้

ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดบริการ ในด้านผลิตภัณฑ์มาก

ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดบริการ ในด้านราคามาก

ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดบริการ ในด้านสถานที่การให้บริการมาก

ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดบริการ ในด้านการส่งเสริมการตลาดมาก

ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดบริการ ในด้านบุคคลหรือพนักงานมาก

ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดบริการ ในด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมาก

ผู้ที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมการตลาดบริการ ในด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้ามาก

ตอนที่3 การวิเคราะห์การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎรในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

ผลจากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาจจะกลับมาใช้บริการซ้ำที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์อย่างแน่นอน

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีความเป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้

ตอนที่4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1. เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมชองผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทั้งในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2. อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทั้งในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทั้งในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4. อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทั้งในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5. รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ทั้งในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

จากการวิเคราะห์สามารถสรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

-ด้านความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

-ด้านความพึงพอใจในด้านราคา

ความพึงพอใจในด้านราคา มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

-ด้านความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ

ความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

-ด้านความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

-ด้านความพึงพอใจในด้านบุคคลหรือพนักงาน

ความพึงพอใจในด้านการบุคคลหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

-ด้านความพึงพอใจในด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจในด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

-ด้านความพึงพอใจในด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้า

ความพึงพอใจในด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ

การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ ในด้านการแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ มีประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งแบ่งออกเป็นด้าน ๆ ตามสมมติฐานได้ดังนี้

เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ใช้บริการทั้งเพศหญิง และ เพศชายในปัจจุบันมีความใส่ใจในสุขภาพของตนมากขึ้น และมีต้องการให้สิ่งที่ดีและเป็นประโยชน์แก่ตนเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุณยรักษา กายาผาด (2546 : 66) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาล

อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากผลการวิจัยสามารถระบุได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 26 ปี ขึ้นไป จะให้ความสำคัญในการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าผู้ที่มีอายุมากขึ้นจะเริ่มให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพและเลือกสิ่งที่คิดว่าดีที่สุดให้กับตัวเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 144) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล และ เอ็บเดลลา และ ลีวายร์ (Adbellah and levine. 1957 : 100-108) ได้ศึกษาพบว่า ผู้ป่วยที่มีอายุมากขึ้น จะมีความพึงพอใจต่อการบริการทางการแพทย์มากกว่าผู้ป่วยที่มีอายุน้อย ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่อายุมากขึ้นมักมีความเจ็บป่วยตามมา ทำให้ผู้ที่มีอายุมากจะไปโรงพยาบาลบ่อยครั้ง จนกระทั่งเกิดความคุ้นเคย

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ เนื่องจากในปัจจุบันได้มีการรณรงค์ ให้ข้อมูลและความรู้ในเรื่องการดูแลรักษาสุขภาพอย่างกว้างขวาง ทำให้ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันได้รับความรู้เท่าๆกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของบุณยรักษา กายาผาด (2546 : 67) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพพบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้ารับบริการที่รงพยาบาล และสอดคล้องกับ งานวิจัยของบังอร ผงผ่าน (2538 : 89-90) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการของโรงพยาบาลชุมชน และพบว่า ระดับศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้

บริการอย่างชัดเจน ซึ่งอาจหมายถึงว่าระดับการศึกษาก็ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการได้เช่นกัน เนื่องจากความพึงพอใจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งจากผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จะให้ความสำคัญกับการใช้บริการที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ผู้ใช้บริการทั้งสองกลุ่มนี้ ปัจจุบันจะได้รับสวัสดิการในด้านการประกันสุขภาพจากบริษัท และสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในกรณีผู้ป่วยนอกได้ ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 144) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ เนื่องจากโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลเอกชน ที่มีระดับราคาในการใช้บริการอยู่ในเกณฑ์สูง ดังนั้นรายได้ของผู้ใช้บริการจึงเป็นสิ่งกำหนดพฤติกรรมการ ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 144) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า รายได้มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล และ กองวิชาการ กรมการแพทย์ (2522 : 22-23) ได้รายงานการศึกษาโรงพยาบาลเอกชน ตั้งแต่วันที่ 31 มีนาคม 2521 ถึง กรกฎาคม 2522 พบว่า รายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประเภทของบริการทางการแพทย์ที่ประชาชนเลือกใช้ และพบว่า ผู้ที่มีรายได้เกินกว่า 21,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีการใช้บริการทางการแพทย์ของ โรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มรายได้อื่น

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps)

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งสอดคล้องกับ โฮเยอร์ และ เม็คอินนีส (Hoyer and Mcinnis, 1997) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นผลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่สัมพันธ์กับการได้รับมา การบริโภค และการกำจัด อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ และความคิด โดยคนเป็นผู้ตัดสินใจซื้อในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และโซโลมอน(Solomom,1967) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือการศึกษากระบวนการต่างๆที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อเลือกสรร การซื้อ การใช้ หรือการบริโภค ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือ ประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่างๆ ให้ได้รับความพอใจ ซึ่งสามารถอธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ นั่นคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาล จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการที่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 145) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการ และด้านการแพทย์ มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล และสอดคล้องกับ ธงชัย สันติวงษ์ (2540) : กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัตินั้นหรือการแสดงออกของมนุษย์เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวกับกระบวนการของตัวบุคคลที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ การตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางใจและทางกายที่จะเป็นสำหรับการตัดสินใจ และพฤติกรรมผู้บริโภคจะเน้นการซื้อของ ซึ่งผู้ซื้อนำไปใช้บริโภคเอง การซื้อของผู้บริโภคเกือบทั้งหมด จะซื้อมาเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว

ด้านผลิตราคา

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าราคาค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่โรงพยาบาลมีความเหมาะสมและคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการที่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุณยรักษา กายาผาด (2546 : 66) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพพบว่าค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับแรงจูงใจในการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 145)ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านค่ารักษาพยาบาล มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล

ด้านสถานที่การให้บริการ

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ด้านสถานที่การให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถระบุได้ว่าทำเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถ รวมถึงสัญลักษณ์ป้ายบอกทางต่าง สามารถสร้างความพึง

พอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการที่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุณยรักษา กายาผาด (2546 : 64) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพพบว่าความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 145) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของทางโรงพยาบาล ซึ่งรวมถึงด้านสถานที่การให้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งแสดงว่าการส่งเสริมการตลาดของทางโรงพยาบาลในปัจจุบันได้สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการที่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 145) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของทางโรงพยาบาล ซึ่งรวมถึงด้านการมอบส่วนลดค่ารักษาพยาบาลให้แก่ผู้ใช้บัตรประกันสังคม มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล และยังสอดคล้องกับ Mathews Junior-and others (1991 : 22) ที่ได้ให้ความหมายของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคว่า เป็นกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มของบุคคลจะทำการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไร ตลอดจนจะมีวิธีการซื้อและการใช้สินค้า และบริการนั้นอย่างไร จากกระบวนการทางการตลาดขององค์การธุรกิจ

ด้านบุคคลหรือพนักงาน

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ด้านบุคคลหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งผลการวิจัยสามารถระบุได้ว่าการเอาใจใส่ และความกระตือรือร้นในการให้บริการ รวมถึงมารยาทการให้บริการของพนักงานของโรงพยาบาล สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการที่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุณยรักษา กายาผาด (2546 : 66) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อ

แรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพพบว่า ความเต็มใจในการให้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 145) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านพยาบาลและเจ้าหน้าที่ มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งในปัจจุบันโรงพยาบาลมีรูปแบบการรักษาที่หลากหลายและทันสมัย รวมถึงความล้ำหน้าทางเทคโนโลยีและเครื่องมือทางการแพทย์ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการที่โรงพยาบาล เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 145)ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของทางโรงพยาบาล มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล

ด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้า

ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7 Ps) ด้านกระบวนการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ปัจจุบันโรงพยาบาลได้กำหนดขั้นตอนการให้บริการต่อผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน และมีความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้มาใช้บริการ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการที่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546 : 145) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลยันฮี พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านบริการของทางโรงพยาบาล มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าของโรงพยาบาล

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังระบุว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากต่อส่วนผสมการตลาดบริการ 7Ps ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการจะกลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน นอกจากนี้ยังมีความเป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี

วงษ์มณฑา. 2542 : 37–46 กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินความพอใจหรือไม่พอใจ ความคิด ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้อยู่ในช่วงไม่เกิน 20,000 บาท และบุคคลกลุ่มนี้น่าจะเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาล ดังนั้น กลยุทธทางการตลาดควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้ และ ควรมีกลยุทธทางการตลาดเพื่อกระตุ้นลูกค้ากลุ่มอื่นๆให้มาใช้บริการให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่ารายได้ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่เกินเดือนละ 20,000 บาท ซึ่งถือว่าเกณฑ์ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับราคาในการให้บริการของทางโรงพยาบาล แต่จากการสอบถามพบว่าผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่มีการทำประกันสุขภาพให้แก่พนักงาน

2. จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ มีความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดบริการ 7 Ps ในระดับความพึงพอใจมาก และยังพบว่าส่วนผสมทางการตลาดบริการ 7 Ps ในด้านราคา และในด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ในระดับ 3.85 และ 3.75 ซึ่งต่ำกว่าในด้านอื่นๆ ดังนั้นผู้บริหารควรมุ่งเน้นการวางกลยุทธในด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุดนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทางโรงพยาบาลมากขึ้น

3. จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อาจจะกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และ มีความเป็นไปได้มากที่จะแนะนำบุคคลอื่นๆให้มาใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อันเป็นผลมาจากมีความพึงพอใจต่อด้านส่วนผสมการตลาดบริการ 7Ps ดังนั้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของทางโรงพยาบาลตลอดไป ผู้บริหารควรจัดให้มีการประเมินผลการให้บริการในแต่ละด้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึงปัญหาที่เกิด และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันถ่วงที

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลอื่นๆ เพื่อนำผลที่ได้มาทำการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการด้านต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ควรศึกษาพฤติกรรมจากกลุ่มตัวอย่างที่อื่นๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ เฉพาะผู้ป่วยนอกเท่านั้น จึงควรทำการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ป่วยในของโรงพยาบาลด้วย เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการในกลุ่มนี้

3. งานวิจัยนี้เป็นการทำวิจัยเพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ควรทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพราะโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ได้มีการปรับปรุงการให้บริการอยู่ตลอดเวลา และทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจจะส่งผลให้พฤติกรรมการใช้บริการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

เกรียงศักดิ์ เยียวยาสัตว์. (2539) *ความพึงพอใจของผู้ประกันตนในการรับบริการทางการแพทย์ในหน่วยผู้ป่วยนอกศึกษาเฉพาะในโรงพยาบาลของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร* วิทยานิพนธ์ บธ.ม (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

-------(2544). *การวิเคราะห์สถิติเพื่อการจัดการ* พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

-------(2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

-------(2544). *การใช้ SPSS for Windows* ในการวิเคราะห์ข้อมูล กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธงชัย สันติวงษ์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด

บังอร ผงผ่าน (2538) *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการของโรงพยาบาลชุมชน : กรณีศึกษาโรงพยาบาลกัรทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม (การจัดการ) กรุงเทพฯ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ . ถ่ายเอกสาร

บุณยรักษา กายาผาด (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง *ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร* สารนิพนธ์ กศ.ม (จิตวิทยาการศึกษา) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ปริญ ลักษิตานนท์. (2544) *ทัศนคติและพฤติกรรมศาสตร์.* กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษา.และจิตวิทยา มศว. ประสานมิตร

มณธิรา สันติภาพมณฑล (2546) *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลยันฮี* สารนิพนธ์ บธ.ม (การจัดการ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) *การบริการการตลาดยุคใหม่ ปรับปรุงใหม่สุด* กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด

-------(2534) *การบริการการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา

-------(2538) *พฤติกรรมผู้บริโภค* . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิสิทธิ์วัฒนา

เสรี วงษ์มณฑา (2542) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค : บริษัท ธีระฟิลม์ และ ไซเท็กซ์ จำกัด

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2539) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพฯ : โรงพิมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อุไรวรรณ แย้มนิยม (2543) *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ บริษัท ฟิงเกอร์ปริ้น แอนด์มีเดีย จำกัด

Kotler, P. (1997) *Principles of Marketing* New Jersey : Prentive Hall

Schiffman LG & Kanuk L., L (1994) *Consumer Behavior*, New Jersey : Prentive Hall

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และ พฤติกรรมซองผู้ใช้บริการทางการแพทย์ ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ที่ ศธ 0519.12/[illegible]

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

19 เมษายน 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์" โดยมี อาจารย์ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ที่มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยนอก จำนวน 400 คน ตอบแบบสอบถามความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาภรณ์ หะวานนท์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 02-3571822 มือถือ 09-7707539

ที่ ศธ 0519.12/๔๙๗

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๑๙ เมษายน 2547

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์" โดยมี อาจารย์ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ผู้ที่มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยนอก จำนวน 400 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ในระหว่างเดือนมีนาคม - เมษายน 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาภรณ์ หะวานนท์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 02-3571822 มือถือ 09-7707539

ตัวอย่างแบบสอบถาม

ตัวอย่างแบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

คำชี้แจง แบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 5 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ตอนที่ 3 พฤติกรรมในการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่อง [ ] หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

2. อายุ

[ ] ไม่เกิน 25 ปี [ ] 26 – 35 ปี

[ ] 36 - 45 ปี [ ] 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

[ ] ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

[ ] ปวส. / อนุปริญญา [ ] ปริญญาตรี

[ ] สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

[ ] นักเรียน / นักศึกษา [ ] พนักงานบริษัทเอกชน

[ ] รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ [ ] เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย

[ ] อื่น ๆ

5. รายได้ต่อเดือน

[ ] ไม่เกิน 20,000 บาท [ ] 20,001 – 30,000 บาท

[ ] 30,001 – 40,000 บาท [ ] 40,001 – 50,000 บาท

[ ] 50,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ซึ่งกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความรู้และความเชี่ยวชาญของแพทย์ และบุคลากร					
2. ความหลากหลายของการให้บริการ เช่น มีแผนกหรือ ศูนย์การรักษาเฉพาะโรค ครอบคลุมทุกโรค					
3. จำนวนแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่อื่นๆ มีเพียงพอต่อการให้บริการ					
4. ความพร้อมของสถานที่ในการให้บริการ เช่น มีห้องพักของผู้ป่วยในและนอก อย่างเพียงพอ					
5. ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้ในการตรวจรักษา					
6. คุณภาพของเวชภัณฑ์ที่ท่านได้รับจากทางโรงพยาบาล					
ความพึงพอใจในด้านราคา					
7. อัตราค่าตรวจและวินิจฉัยโรคของแพทย์					
8. ราคาค่ายาและเวชภัณฑ์ของทางโรงพยาบาล					
9. ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการรักษา กับผลการรักษา					
ความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ					
10. สถานที่ตั้งของโรงพยาบาล สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ					
11. มีสัญลักษณ์หรือป้ายบอกทางไปแผนกต่างๆ ชัดเจน					

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. สถานที่จอดรถภายในโรงพยาบาลเพียงพอและสะดวกต่อการมาใช้บริการ					
ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาด					
13. การจัดโปรแกรมราคาพิเศษในการรักษา หรือตรวจสุขภาพ และโปรแกรมคลอดบุตร					
14. การตรวจรักษาในราคาพิเศษ เมื่อมีเทศกาลสำคัญ					
ความพึงพอใจในด้านบุคลากร					
15. ความเอาใจใส่ และความกระตือรือร้นในการให้บริการของแพทย์ หรือพนักงานที่เกี่ยวข้อง					
16. ความสุภาพ และ กริยา มารยาท ของแพทย์ และ พนักงานที่เกี่ยวข้อง					
ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ					
17. การนำนวัตกรรมทางการแพทย์ใหม่ๆ มาใช้ในการรักษา เพื่อเพิ่มคุณภาพในการให้บริการ					
18. การนำเสนอวิธีการรักษาที่ทันสมัย ของโรงพยาบาล ต่อผู้ใช้บริการ เช่นการเสนอวิธีการใช้แสงเลเซอร์ หรือ วิธีการผ่าตัดในการรักษา เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ตัดสินใจเลือกวิธีการ					
ความพึงพอใจในด้านกระบวนการการให้บริการ					
19. ความสะดวก และ รวดเร็ว ของขั้นตอนการให้บริการ เริ่มตั้งแต่การลงทะเบียนผู้ป่วยนอกจนถึง การชำระเงินค่ารักษา					
20. กระบวนการการนัดหมาย และการติดตามผู้ใช้บริการให้มาพบแพทย์ตามที่นัดหมายไว้ หรือการแจ้งเลื่อนการนัดหมาย ในกรณีที่แพทย์ไม่สามารถมาตามที่นัดหมายไว้ได้					

ตอนที่ 3 **พฤติกรรมในการใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านจะกลับมาใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์อีกหรือไม่

กลับมาใช้บริการแน่นอน	อาจจะกลับมาใช้บริการ	ยังไม่ได้ตัดสินใจ	อาจจะไม่กลับมาใช้บริการ	ไม่กลับมาใช้บริการแน่นอน

2. ท่านจะแนะนำหรือชักจูงคนรู้จักหรือญาติให้มาใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์หรือไม่

ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำมากที่สุด	ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำมาก	ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำปานกลาง	ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำน้อย	ความเป็นไปได้ที่จะแนะนำน้อยที่สุด

ภาคผนวก ข
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/ว๕๔๓ **วันที่** ๑๙ เมษายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์" โดยมี อาจารย์ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญรองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ อาจารย์ล่ำสัน เลิศกุลประหยัด และ อาจารย์จิตอุษา อันทอง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามให้ นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาภรณ์ หะวานนท์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ล่ำสัน เลิศกุลประหยัด	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์จิตอุษา ขันทอง	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายไพฑูรย์ ธำรงกิตติคุณ
วันเดือนปีเกิด	9 สิงหาคม 2512
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	346/346 ซอยเสือใหญ่อุทิศ ถนนรัชดาภิเษก ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
การศึกษา	ปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการ สถาบันราชภัฏ เพชรบุรีวิทยาลงกรณ์
สถานที่ทำงาน	บรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ผู้จัดการส่วน ส่วนวิเคราะห์และวางแผน ฝ่ายนโยบายและแผน