

ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสม
การตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล
ในจังหวัดสมุทรปราการ

PERSONAL FACTOR AND SERVICE QUALITY FACTOR INFLUENCING
SATISFACTION IN THE SERVICE MARKET MIX 7P'S OF SERVICE USERS OF
PAOLO MEMORIAL HOSPITAL IN SAMUT PRAKAN

รชต จันทะบุรณ์¹ สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวังศ์² และประภัสสร วิเศษประกา³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล เปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ และ (2) ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล เปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุ (Multiple Regression) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการต่างกัน และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล, คุณภาพการบริการ, ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's, โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ

¹ รชต จันทะบุรณ์ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ โครงการ TWIN รุ่นที่ 6 มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวังศ์ อาจารย์ประจำ ฝ่ายหลักสูตร โครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ ประภัสสร วิเศษประกา อาจารย์ประจำ ฝ่ายหลักสูตร โครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This research had the objective to study (1) satisfaction in the service market mix 7P's of service users of Paolo Memorial Hospital in Samut Prakan categorized according to personal factor (2) service quality factor influencing satisfaction in the service market mix 7P's of service users of Paolo Memorial Hospital in Samut Prakan.

The sample group used in this research was service users of Paolo Memorial Hospital in Samut Prakan in the number of 400 people. Questionnaire was used a tool in collecting statistic data. The statistics used in descriptive analysis were frequency, percentage, means and standard deviation. The hypothesis was tested by One-way ANOVA and analyzed the statistical data t-test. If the difference was found, it would be compared in each couple by using the LSD method and Multiple Regression was used. From the hypothesis test result, it was found that service users with different sex, age, income, educational level, occupation and status would make different satisfaction in service market mix regarding service quality factor including tangible aspect, credit aspect, response aspect, confidence aspect and care aspect which influenced the satisfaction in service market mix 7P's of service users of Paolo Memorial Hospital in SamutPrakan.

Keywords: service quality factor, market mix factor 7P's, personal factor, Paolo Memorial Hospital in SamutPrakan

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์ในยุคโลกาภิวัตน์มนุษย์ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองรวมถึงบุคคลรอบข้างเพื่อมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และยืนยาวมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของสุขภาพ จึงทำให้ผู้ที่ประสบปัญหาในเรื่องของสุขภาพต้องหาโรงพยาบาลเอกชนที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทันทีและช่วยบำบัดอาการเจ็บป่วยให้กับตนเองด้วยการรักษาพยาบาลที่ดีและ การแก้ปัญหาสุขภาพร่างกายของตนเอง ทำให้โรงพยาบาลในปัจจุบันมุ่งเน้นคุณภาพในการรักษาและการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งยกระดับต้องอาศัยการพัฒนากระบวนการทุกหน่วยงาน และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อการจัดการให้บรรลุผลสำเร็จและองค์กรสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ หากมองในแง่สิทธิของประชากรย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับบริการทางสาธารณสุขที่เหมาะสมมีมาตรฐาน และมีสิทธิได้รับการรักษาพยาบาลจากสถานบริการสาธารณสุขของรัฐทั่วประเทศ โดยได้รับการคุ้มครองสิทธิการรักษาพยาบาลจากภาครัฐบาลและได้รับการบริการอย่างทั่วถึง

แต่ปัจจุบันด้วยสภาพการณ์ความล่าช้าในการให้บริการจากทางภาครัฐและปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทำให้สถานบริการสาธารณสุขภาครัฐยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการบางส่วนหันมาเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่ง สำหรับให้บริการของผู้ใช้บริการบางกลุ่มที่มีกำลังหรือมีอำนาจในการซื้อ และต้องการที่จะได้รับการบริการที่สะดวกรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นทางเลือกหนึ่งที่ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการของตนเองและโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล สมุทรปราการ เป็นโรงพยาบาลที่ตั้งอยู่ใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ บนเนื้อที่ 4 ไร่ เปิดให้บริการครั้งแรกในปี 2536 เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2536 ด้วย ทุนจดทะเบียน 180 ล้านบาท มีความโดดเด่นด้วยอาคารสูง 12 ชั้น พร้อมอาคาร Service 4 ชั้น รวมถึงเตียงสำหรับผู้ป่วยที่ได้มาตรฐานจำนวน 200 เตียง นอกจากนี้ยังมีลานจอดรถที่กว้างขวางเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่เข้ารับบริการได้อย่างทั่วถึงและสะดวก ทางโรงพยาบาลตระหนักถึงความมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพด้านการรักษาพยาบาลและการบริการในระดับท้องถิ่นให้เท่าเทียมกับระดับสากล โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล สมุทรปราการได้มีการปรับกลยุทธ์ด้านการบริหารและการจัดการโดยเน้นความร่วมมือของบุคลากรและทีมบริหาร ทำให้โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล สมุทรปราการ มีความครบครันในเรื่องเครื่องมือแพทย์และการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุม พร้อมด้วยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางเพื่อประสิทธิภาพสูงสุด ในการให้บริการรักษาพยาบาล มีบริการศูนย์อุบัติเหตุ 24 ชั่วโมง ด้วยอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัยสร้างความไว้วางใจของผู้เข้ารับบริการ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะสนใจศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล

ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อที่จะนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลในการแผนปรับปรุงการวางกลยุทธ์และ พัฒนาการบริการให้ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตของการวิจัย

(1) ขอบเขตด้านประชากร ประชากรคือ ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป (2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's และ (3) ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่าง เดือน เมษายน ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

(1) ประโยชน์เชิงวิชาการ ทำให้โรงพยาบาลเอกชนสามารถนำผล เรื่อง คุณภาพบริการและความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด 7P's โรงพยาบาลเอกชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการไปใช้ในการหาแนวทางปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดีขึ้นและ (2) ประโยชน์เชิงนโยบาย นำผลการศึกษาที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้รับบริการในโรงพยาบาลเอกชนผลจากการศึกษามีประโยชน์ต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

(1) ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สถานภาพ ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญ ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายในเชิงจิตวิทยา และสังคมวัฒนธรรม และ (2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ หมายถึง คุณภาพบริการ หมายถึง คุณสมบัติ หรือคุณลักษณะทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการบริการที่ดีเป็นที่รับรู้และพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่องานบริการ โรงพยาบาลเอกชนในเขตสมุทรปราการในด้านความสามารถในการให้บริการลูกค้า ครอบคลุมมาตรฐานวิชาชีพ ครอบคลุมตามมาตรฐานที่แต่ละโรงพยาบาลได้รับการรับรองมาตรฐานสากล และเป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง

แนวคิดและทฤษฎี

1. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 41) หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพการสมรส ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญ ที่สามารถช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ ได้อย่างดี

2. **คุณภาพการบริการ (Quality service)** : คือ ความสามารถในการทำงานของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพหากเป็น การบริการด้านการพยาบาลที่มีคุณภาพ หมายถึง การบริการ (service) หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการ แก่ลูกค้า ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) และคณีย์ เทียนพุด (2543) ได้ให้ความหมายของการบริการว่าการบริการ หมายถึง เป็น การทำงานอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการคนอื่นซึ่งจะเป็นผู้รับผลจากงานที่เราทำไปนี้ซึ่งมีการให้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมในเชิงความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และด้วยการมีอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน ซึ่งจะสามารถพิจารณาการให้ได้ใน 3 ลักษณะด้วยกัน คือ (1) ให้ด้วยความเต็มใจ (2) ให้ด้วยความโกรธ (3) ให้ด้วยเหตุผล Kotler (1994) กล่าวว่า คุณภาพบริการตามแนวทางการตลาดในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่าเทียมกันหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการมาจากประสบการณ์เดิม วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548) การบริการ หมายถึง กิจกรรมใด ๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มหรือคณะใดคณะหนึ่งสามารถเสนอสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวเป็นตนและไม่มีผลในการเป็นเจ้าของผลผลิตของบริการ อาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

3. ความพึงพอใจ: **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน** (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ กาญจน์ เรืองมนตรี (2543, หน้า 1) ให้ความหมายว่า ความรู้สึก คือ ความรู้สึกรัก ชอบภูมิใจ และ สุขใจ เต็มใจ ประทับใจ มีเห็นด้วย อันจะมีผลให้เกิดความพึงพอใจใน การปฏิบัติงานการเสียสละ อุทิศร่างกาย แรงใจและสติปัญญาให้แก่กันอย่างแท้จริงจากคำนิยาม ความพึงพอใจนั้นพอสรุปได้ว่าความพึงพอใจนั้นย่อมเกิดจากความดีงามความชื่นชอบในสิ่งที่เราทำรวมไปถึงหน้าที่การงานต่าง ๆ มีความรักที่จะทำหน้าที่ให้บริการและมีความยินดีกระตือรือร้นในการที่จะให้ความช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการให้การดูแลพูดคุยอย่างอบอุ่นจนทำให้ผู้มาใช้บริการรับรู้ได้ถึงความจริงใจเป็น ไปในแนวเชิงบวก และในบางครั้งความพึงพอใจก็อาจมีปัจจัยอีกหลาย ๆ อย่าง เป็นการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการพบปะพูดคุยหรือการผูกมิตรไมตรีต่อกันไป Aday and Andersen (1981, pp.4-11) เป็นนักวิจัยทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ ได้ ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ต่อการบริการรักษาสุขภาพในสหรัฐอเมริกา เมื่อ ปี 1970 โดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชนต่อศูนย์บริการสุขภาพจำนวน 4,996 ราย พบว่าเรื่องที่ประชาชนไม่พอใจมากที่สุดคือ ความสะดวกในการรับบริการ และค่าใช้จ่ายในการรับบริการ Aday and Andersen (1981) ได้จำแนกความพึงพอใจ ออกเป็นรายด้าน (1) ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับ (Convenience) (2) ความพึงพอใจต่ออัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

(Courtesy) (3) ความพึงพอใจต่อข้อมูลทางการแพทย์ที่ได้รับจากการบริการ (Medical information) (4) ความพึงพอใจต่อประสานงาน (Co-Ordination) (5) ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out of Pocket Cost) (6) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการดูแลเอาใจใส่ (Quality Of Care) เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภัสสร วิเศษประภา (2554) เรื่อง: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเข้ารับบริการซ้ำของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบีเอ็นเอช กรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ สูงกว่าระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างเอกชนรองลงมาคือ นักธุรกิจหรือประกอบธุรกิจส่วนตัวมีพนักงานหรือลูกจ้างส่วนราชการเพียงเล็กน้อย มีรายได้โดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 30,000-50,000 บาทต่อเดือน รองลงมา คือ มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท และมีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนใกล้เคียงกัน การชำระค่าบริการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต รองลงมาคือสวัสดิการและสุดท้ายคือสิทธิประกันชีวิต

สมฤดี ธรรมสุรัตน์ (2554) เรื่อง: ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 และยังมีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

บุณญา พวงทับทิม (2560) เรื่อง: คุณภาพการบริการและความพึงพอใจ โรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการผสมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัย ครั้งนี้มี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มาใช้บริการด้านสุขภาพในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน และกลุ่มผู้มาใช้บริการ (CLMV) คือ ชาวกัมพูชา ชาวลาว ชาวเวียดนาม ชาวพม่า จำนวน 8 คน (1) ผู้มาใช้บริการส่วนมากเป็น เพศหญิง จำนวน 285 คน เพศชาย จำนวน 115 คน อายุระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนส่วนมาก จำนวน 151 คน มีรายได้ต่ออยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท และ 50,001 ขึ้นไป (2) แผนกที่กลุ่มผู้มาใช้บริการในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ แผนกประชาสัมพันธ์ แผนกผู้ป่วยนอก (OPD), แผนกผู้ป่วยใน (IPD), แผนกรังสี (X-ray), แผนกทันตกรรม, แผนกสถาบันความงาม, แผนกเคหะเชียร์, แผนก Admission โดยเฉลี่ยเท่ากับ 12.5 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (3) ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันส่งผล

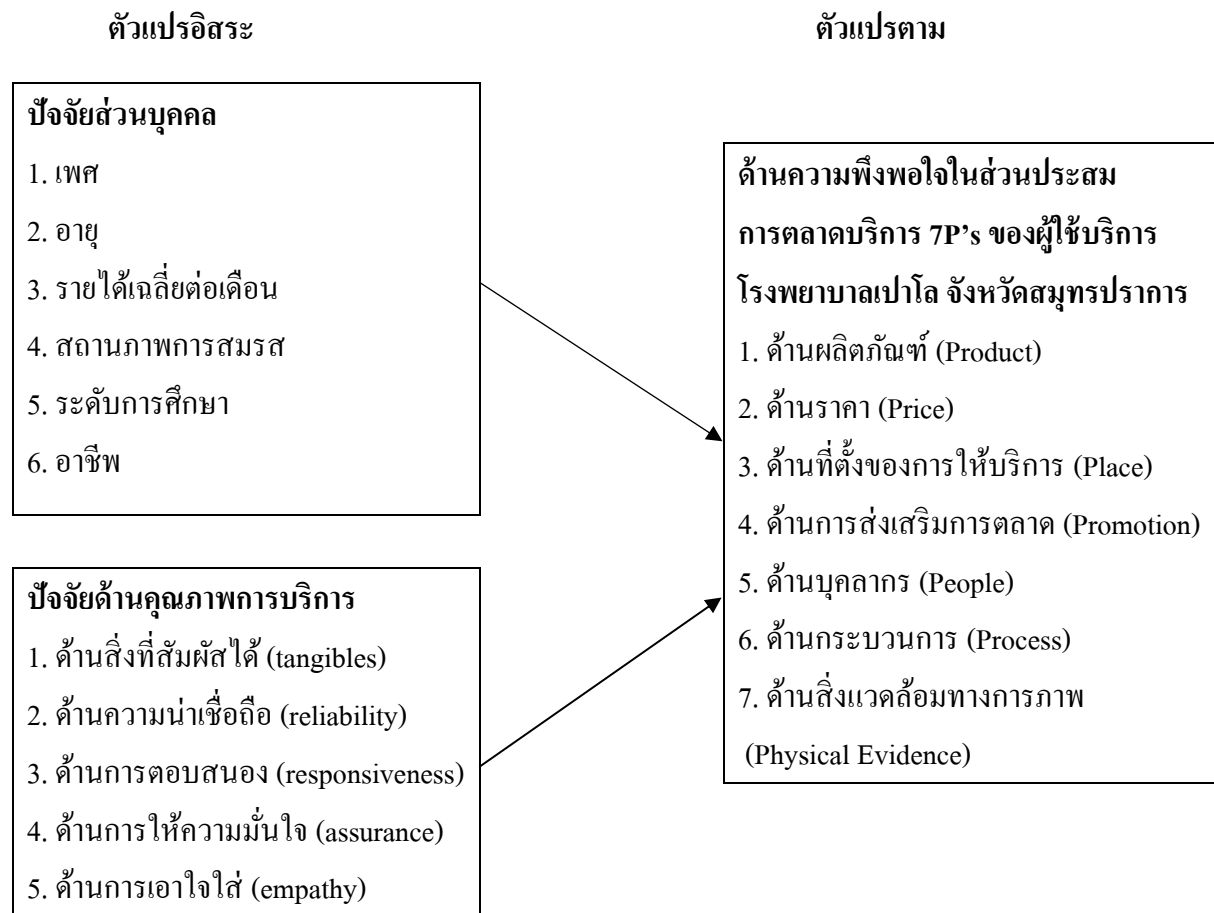
ต่อความพึงพอใจและการรับรู้คุณภาพบริการในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ชิตาภา พงศ์วรานนท์ (2553). ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านยาลูกโซ่ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการร้านยาลูกโซ่ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 35-44 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้ต่อเดือน 30,001–40,000 บาท มาใช้บริการทุก 2 สัปดาห์ ประเภทของสินค้าที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด

ปรียาวิดี ผลเอนก (2558) เรื่อง:อิทธิพลของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนไทยในเขตภาคตะวันออก พบว่าผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนไทยที่ได้มาตรฐาน HA และ JCI ในภาคตะวันออก โดยมี จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 214 คน โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ การตอบแบบสอบถาม โดยมีค่าความเที่ยงตรง = .93 และค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม = .958 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการเปรียบเทียบและความพึงพอใจในภาพรวม ความชื่นชมยินดี และทางเลือกที่เหมาะสม มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ตามลำดับ

ชนนพภา สุวศิษฐ์ (2552) เรื่อง:ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า (1)ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (2) สิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (3) ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (4) ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

(1) ปัจจัยทางส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการที่แตกต่างกัน (2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ เพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีจำนวนประมาณ 200,000 คนต่อปี (วัดด้วยจำนวนครั้งที่เข้ารับบริการ) โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล สมุทรปราการ (2560) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample size) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรของ ยามานะ (Yamane, 1976) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ขั้นตอน (2 stage sampling scheme) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็นที่สัดส่วนต่อขนาด (Probability Proportional to Size) และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ตามลำดับ จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคำนวณทางสถิติ ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (2) สถิติอนุมานเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent sample T-test) การทดสอบความแตกต่างของค่าความแปรปรวน (One-way anova) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย ชื่อเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็น นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท และมีสถานภาพโสด แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวข้างต้นที่แตกต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ให้บริการ โรงพยาบาลเปาโลเมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ ทุกด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจระดับมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านความมั่นใจ ปัจจัยด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ปัจจัยด้านความเอาใจใส่ และปัจจัยด้านการตอบสนอง

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ให้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้ ผู้ให้บริการที่มี เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ ที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ให้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ให้บริการโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดที่ได้รับคำแนะนำจากผู้ให้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้ (1) สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ (2) แพทย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ผู้บริการต้องรอนาน (3) บุคลากร พูดยาไม่สุภาพ (4) ราคาแพงไม่เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (5) การให้บริการจากพยาบาลไม่น่าพึงพอใจ (6) การรอคิวตรวจนานเกินไป (7) อาหารสำหรับคนไข้ไม่ค่อยดี และมึนรสชาติไม่ถูกปาก (8) เจ้าหน้าที่ที่ทำการประกาศ พุดไวเกินไปทำให้จับใจความลำบาก (9) อยากให้มีสวนสาธารณะ เพื่อให้การรอคอยไม่น่าเบื่อ (10) การบริการเครื่องดื่ม และสถานที่นั่งรอไม่เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ (11) แพทย์เฉพาะทางมีน้อย และมีเวลาจำกัดในการรอตรวจตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ให้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญที่พบมา อภิปรายตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ ผู้ให้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านที่ตั้งของการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลจากการวิจัยพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ให้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ มากกว่าเพศหญิง ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า อาจเนื่องมาจากพื้นฐานของเพศชาย

เป็นเพศที่จะเกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับการบริการที่ดี สุภาพอ่อนโยน ได้รับการเอาใจใส่ดูแลได้ง่ายกว่า เพศหญิง

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านที่ตั้งของการให้บริการ และด้านกระบวนการ ต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านมากกว่าทุกช่วง เนื่องจากผู้ป่วยที่มีอายุมากขึ้น มักจะมีความเจ็บป่วยตามมา ทำให้ผู้ที่มีอายุมากขึ้นจะไปโรงพยาบาลบ่อยครั้ง จนกระทั่งเกิดความคุ้นเคยในที่สุด ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ที่ต่างกัน

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000บาท มีความพึงพอใจโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ มากกว่าทุกช่วง ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคา มากกว่าผู้ใช้บริการกลุ่มอื่น ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า รายได้เฉลี่ยในระดับปานกลางของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งกำหนดผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านที่ตั้งของการให้บริการ และด้านบุคลากร ที่ต่างกัน ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านสูงที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาจเนื่องจากผู้ใช้บริการไม่มีคู่สมรส คอยดูแลมักจะให้ความสนใจกับสุขภาพและเข้าหาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมากขึ้น อีกทั้งส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการที่สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มักมีอายุที่มาก และต้องการการดูแลเป็นพิเศษ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านราคา ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านมากกว่าทุกช่วง ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูง จะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ทั้งนี้เพราะการศึกษามีส่วนให้คนมีความคิด มีเหตุผล และการศึกษาช่วยเสริมสร้างความรู้ ความคิด และทัศนคติ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ มากกว่าทุกช่วง ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าทุกช่วง ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ลักษณะอาชีพมีผลต่อสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อปฏิภพและความพึงพอใจ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่กล่าวมาข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพการสมรส ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญ ที่สามารถช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มีความรู้ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทาง จิตวิทยาต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ชิตาภา พงศ์วานนท์ (2553) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านยา ลูกโซ่ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ ร้านยาลูกโซ่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ของร้านยาลูกโซ่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน มีความ พึงพอใจต่อการให้บริการของร้านยาลูกโซ่แตกต่างกัน 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มี ความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านยาลูกโซ่แตกต่างกันในด้านการจัดจำหน่ายและด้าน กระบวนการ ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของร้านยาลูกโซ่ แตกต่างกัน จากการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของ ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด จัดเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับการตลาดบริการนั้น นอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไปที่ประกอบด้วย 4'Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แล้ว ส่วนประสมทางการตลาดบริการยังมี ส่วนประกอบที่เพิ่มขึ้นมาอีก 3 ส่วน คือ พนักงาน กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ สามารถควบคุม ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แก้ไขได้ และมุ่งสนองความต้องการของลูกค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนนพภา สุวณิชฐ์ (2552) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชนในเขตจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดของผู้เลือกใช้บริการ โรงพยาบาล ภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวข้างต้น ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ ต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารโรงพยาบาลต้องให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มการให้บริการที่มีคุณภาพใน กลุ่มของผู้ใช้บริการเพศชาย เช่น การจัดทำ คลินิกสุขภาพเพศชาย (Male Wellness Clinic) มีการบริการเฉพาะกลุ่มผู้ชาย ก็จะได้เพิ่มกลุ่มผู้ใช้บริการเพศชายและมีความพึงพอใจมากขึ้น 2. จากการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ พบว่า คุณภาพการบริการโดยรวม มีผลต่อ ความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยเมื่อจำแนกรายปัจจัย พบว่า คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านเอาใจใส่ และด้านสิ่งสัมผัสได้ตามลำดับ คือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและคาดหวังต่อการบริการของโรงพยาบาล ในทุก ๆ ด้าน ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารโรงพยาบาลจึงควรให้ความสำคัญประเด็นดังกล่าว ซึ่งได้แก่ การมีป้ายบอกทางบอกตำแหน่งที่ชัดเจน คงความมาตรฐานและชื่อเสียงของโรงพยาบาล รักษามาตรฐานในการบริการความใส่ใจต่อคนไข้ของพยาบาลและเจ้าหน้าที่ ความรวดเร็วคล่องแคล่วว่องไว ในการให้บริการของพยาบาลและเจ้าหน้าที่ ซึ่งจะสามารสรสร้าง ความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ ได้อย่างสมบูรณ์และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาล 3. จากการศึกษาความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีหัวข้อหลัก ๆ คือ แพทย์มีคุณภาพมาตรฐาน ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ ความสะดวกในการเดินทาง โปรแกรม/แพ็คเกจการรักษาราคาพิเศษ ความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของแพทย์

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

(1) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในแผนกอื่น ๆ ของโรงพยาบาลทั้งแผนกที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการแพทย์ ได้แก่ แผนกผู้ป่วยใน เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยที่แตกต่างกันเพื่อเปรียบเทียบ และเป็นประโยชน์

กับองค์กรในการนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์และดำเนินการในการวางแผนกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการต่อไป (2) กรณีที่มีผู้สนใจศึกษาต่อไปในอนาคต ผู้ศึกษาขอเสนอแนะว่า ควรจะศึกษาถึงอุปสรรคในการดำเนินงานของโรงพยาบาล อุปสรรคในการให้บริการ ว่าควรมีมาตรการหรือนโยบายในการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคอย่างไร ในแต่ละแผนกของโรงพยาบาลเอง (3) ควรมีการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการตลาดและปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการรับรู้คุณภาพ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการรับบริการซ้ำของผู้ใช้บริการ เพื่อที่จะได้นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น (4) ควรศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่มีทั้งคุณภาพและความปลอดภัย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ระหว่างการให้บริการผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล ในจังหวัดสมุทรปราการ กับการให้บริการแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเอกชน อื่นๆด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรมอนามัยและสิ่งแวดล้อม กระทรวงสาธารณสุข. (2541). *เอกสารแบบวัดมาตรฐาน งาน อนามัย และสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพมหานคร : ผู้แต่ง. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุไรรัตน์ ชุตินันท์. (2554). *การศึกษาเปรียบเทียบการวัดคุณภาพการบริการ ระหว่างโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาล ภาครัฐบาล โดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัย นวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตภา พงศ์วานนท์. (2553). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านยาลูกโซ่*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการองค์กรเภสัชกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐฐา เสวกวิหาร (2560) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลรามธิบดี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนนพภา สุวศิษฐ์. (2552). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลภาคเอกชน*. ในเขต จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาเขตชลบุรี, มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ประภัสสร วิเศษประภา (2554) *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเข้ารับบริการซ้ำของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบีเอ็นเอช* วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปุณยภา พวงทับทิม (2560) *คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา*. จังหวัดชลบุรี.

- Aday and Anderson (1978) *Access to Medical Care*. Ann Ann Arboon : Health Administration, 1978.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techni-ques. (3rd ed.)*. New York : John Wiley & Sons.
- Gererson Richard. (2003). *Practical guide ... How to measure customer satisfaction.Translate from Measuring Customer Satisfaction* by Pipat Kongkitkul.Bangkok : B Bright Book, 2003.
- National Education Commission, Office of Internal Quality Assurance Guidelines
- Intention to Revisiting on Private Hospital in Bangkok Metropolis (p. 104)*, by Suvimon Sanveingchan, (2005), Unpublished master's thesis, Mahidol University, Bangkok
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory. (2nd ed. New York)* . McGraw-Hill.
- Wisher and Corney. (2001) *“Comparing practices for capturing bank customer feed back – Internet versus traditional banking,”* Bench-marking: An International Journal, (pp.240-250).
- Yamane. (1967). *Taro Statistic : An Introductory Analysis*. New York: Harper &row