

อิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และ ความเชื่อมั่นในการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก

Influence Brand Image Service Quality and Service Confidence Affects
Decision to use Medical Services of Patients at Small Bangkok Cancer
Hospital.

มนัสนันท์ อัจจุตะสมบัติ
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Manatsanan Atchutasombat
E-mail: 6414993015@ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และ ความเชื่อมั่นในการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาล ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ ความเชื่อมั่นในการบริการโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ป่วยที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ป่วยที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรับราชการ รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 25,001- 35,000 บาท การสร้างภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) คุณภาพการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.98$) ความเชื่อมั่นในการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลโดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) คุณภาพการบริการ ด้านความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) การสร้างภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นในการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence brand image service quality, and service confidence affects decision to use medical services of patients at small Bangkok Cancer Hospital, factors include demographic factors, brand image, service quality, service confidence. The 400 sample were drawn from the patients to use small Bangkok Cancer Hospital. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most patients to use small Bangkok Cancer Hospital of the respondents were female, age 31-40 years, received Bachelor's Degree, government service, state enterprise and received monthly income of 25,001-35,000 baht. Brand Image was at high level ($\bar{X} = 3.92$). Service Quality were at high level ($\bar{X} = 3.89$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was empathy ($\bar{X} = 3.98$). Service confidence was at high level ($\bar{X} = 3.95$). The overall decision to use medical services of patients at small Bangkok Cancer Hospital was rated at a high level ($\bar{X} = 3.95$).

The results of hypothesis test show that (1) the patients to use small Bangkok Cancer Hospital with different age, educational level, occupation and income had different overall decision to use medical services at statistical significance of 0.05 levels. (2) Service quality; empathy, tangibles, assurance had effect the decision to use medical services of patients at small Bangkok Cancer Hospital at statistical significance of 0.05 levels. (3) Brand Image and service confidence had effect the decision to use medical services of patients at small Bangkok Cancer Hospital at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Decision to Use Medical

บทนำ

พฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยที่เกิดจากค่านิยมในปัจจุบัน พบว่า มีหลากหลาย เช่น พฤติกรรมบริโภค นิยม ซึ่งจะมีลักษณะที่ชอบบริโภคเป็นหลัก ไม่ได้คำนึง ถึงสุขภาพ ชอบรับประทานของอร่อยเกินความจำเป็น พฤติกรรม เลียนแบบต่างประเทศ เช่น รับประทานอาหารต่างชาติ ญี่ปุ่น เกาหลี หรือ ยุโรป พฤติกรรมตามวัย เช่น วัยเด็ก ชอบ อาหารที่มีสีสั่น วัยผู้สูงอายุเลือกรับประทานอาหารสุขภาพ เป็นต้น จากพฤติกรรม การบริโภคอาหารที่หลากหลายนั้น ได้ ส่งผลไปยังสุขภาพที่ตามมา ที่เรียกว่า โรคภัยสะสม จากการบริโภค คือ โรคที่เกิดจากการสะสมของอาหารที่กินเกิน กว่า ร่างกายขับถ่ายออกได้หมด ทำให้เกิดการสะสม เช่น สะสมในหลอดเลือดจนตีบตัน หรือสะสมในเซลล์ อวัยวะต่างๆ จน เกิดความผิดปกติของการทำงานของเซลล์ และอวัยวะต่าง ๆ ทำให้เกิดโรคเบาหวาน ความดันเลือดสูง ไขมันผิดปกติ โรค ที่เกิดจากการสูบบุหรี่ โรคที่เกิดจาก ความอ้วน โรคหลอดเลือดหัวใจ (หลอดเลือดหัวใจตีบตัน ทำให้เกิดหัวใจขาดเลือด กล้ามเนื้อหัวใจตาย) โรคหลอดเลือดสมอง (หลอดเลือดสมองตีบตัน ทำให้เป็นอัมพฤกษ์ อัมพาต) และมะเร็งบางชนิด เช่น มะเร็งปอด มะเร็งลำไส้ใหญ่ มะเร็งเต้านม เป็นต้น (หมอชาวบ้าน, 2550)

สุขภาพเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนา คุณภาพชีวิตของบุคคล สุขภาพ หมายถึง สุขภาวะ ที่มีความสมบูรณ์ ทั้งทางกาย ทางจิต และทางสังคม ไม่ใช่เพียงการปราศจากโรค สุขภาพจึงเป็นรากฐานที่สำคัญของชีวิต ชีวิตเป็นสิ่งมีค่า ยิ่งกว่าทรัพย์สินใด ๆ ทุกคนย่อมรักษาและหวงแหนชีวิตของตนเอง ประารถนาให้ตนเองมีชีวิตที่อยู่เย็นเป็นสุข จึงจำเป็นต้องรักษาสุขภาพอนามัยให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ โดยเริ่มมา ตั้งแต่มีการปฏิสนธิในครรภ์มารดา วัยทารก วัยผู้ใหญ่ จนถึงวัยชรา (ประเวศ วัชรี, 2542)

ในโลกปัจจุบันประเทศที่พัฒนาแล้วต่างมีรากฐานการพัฒนาประเทศให้ขับเคลื่อนไปได้อย่างราบรื่น มีศักยภาพ สามารถเติบโตและก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง จากการเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ เพื่อพัฒนากำลังคนให้มี รากฐานที่มั่นคง แข็งแรงเป็นปึกแผ่น มีสุขภาวะทางกาย ใจ สติปัญญาที่มีประสิทธิภาพ และเพียบพร้อมด้วยศักยภาพโดย เริ่มจากสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้คนหันมาออกกำลังกาย และดูแลสุขภาพตัวเองรวมถึงจัดให้มีการดูแลรักษาพยาบาลที่ดีด้วย การพัฒนาระบบบริการสุขภาพที่ทันสมัยสนับสนุนการสร้างสุขภาวะที่ดี สำหรับประเทศไทยก็เช่นเดียวกันถือเป็นสิ่งต้อง จัดทำอย่างเร่งด่วนโดยได้กำหนดแผนแม่บทสร้างสุขภาวะที่ดีเพื่อพัฒนาประเทศ และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคโควิด19 ที่เริ่มต้นเมื่อปลายปี พ.ศ.2563 ในประเทศไทย ยิ่งเป็นตัวเร่งให้เกิดการจัดการดูแลรักษาพยาบาลที่ดีมี มาตรฐานเพื่อสร้างความปลอดภัยให้ประชาชนจากโรคอุบัติใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อรุนแรงเป็นวงกว้าง (สำนักงานสภา พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะเป็นบุคลากรในองค์กรจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลการสร้าง ภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และ ความเชื่อมั่นในการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วย โรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลประกอบในการเสริมสร้างและ ปรับปรุงการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และ ความเชื่อมั่นในการบริการให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก

2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก จำแนกตามปัจจัยบุคคล

3. เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และความเชื่อมั่นในการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และ ความเชื่อมั่นในการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และ ความเชื่อมั่นในการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และ ความเชื่อมั่นในการบริการ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็กต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก

สมมติฐานที่ 4 ความเชื่อมั่นในการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก

2. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานคร เล็ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการและความเชื่อมั่นในการบริการ

3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่โรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานครเล็ก ในการปรับปรุงการบริการเพื่อตอบสนองผู้มาใช้บริการ หยิบยื่นความประทับใจ กระตุ้นการบอกต่อ และการตัดสินใจกลับมาใช้บริการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพมหานครเล็ก

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาล

Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการตัดสินใจซื้อนี้ว่าเป็นการอธิบายจิตวิทยาขั้นพื้นฐานที่ทำให้เข้าใจว่าผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจในการซื้ออย่างไร ซึ่งนักการตลาดนั้นควรที่จะพยายามเข้าใจในพฤติกรรมดังกล่าว ของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตาม ไม่เสมอไปที่ลูกค้าจะต้องผ่านขั้นตอน กระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอน แต่อาจจะข้าม ขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไป หรืออาจจะย้อนกลับมาที่ขั้นตอนใดซ้ำก็ได้ ก่อนที่จะซื้อสินค้าชิ้นนั้น ซึ่งกระบวนการตัดสินใจในการซื้อ นั้น ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลของทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์องค์กรที่ตึ้นนั้นจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมั่นคง จากการได้รับความไว้วางใจจากประชาชน การเกิดความศรัทธาต่อองค์กร ในทางธุรกิจอาจตีค่าภาพลักษณ์องค์กรเสมือน ทรัพย์สินมีค่า โดยภาพลักษณ์องค์กรที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่ธุรกิจ (ปภาวี บุญกลาง, 2560) ดังนี้ (1) ช่วยสร้างบุคลิกและคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ (2) ช่วยนำเสนอความแตกต่างที่ชัดเจน ไม่สร้างความสับสนระหว่างคู่แข่ง (3) สร้างภาพในจิตใจก่อให้เกิดพลังทางอารมณ์ ความรู้สึก โดยถ่ายทอดผ่านการสื่อสาร

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

กิตติศักดิ์ แสงทอง และคณะ (2561) คุณภาพบริการ คือ การบริการที่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ทั้งในขณะที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ได้มีการพัฒนาการประเมินคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งมีการวัดคุณภาพจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการได้รับบริการจริงของผู้ใช้บริการ (Parasuraman, 1985) แบ่งออกเป็น 10 ประการ ได้แก่ (1) เข้าถึงการบริการ (2) การติดต่อสื่อสาร (3) ผู้ให้บริการมีสมรรถภาพในการบริการ (4) การบริการด้วยความสุภาพ (5) ความน่าเชื่อถือ (6) ความเชื่อมั่นในการบริการ (7) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (8) ความปลอดภัย (9) การบริการที่มีความเป็นรูปธรรม (10) การเข้าใจและการรู้จักผู้ให้บริการ ระยะต่อมาได้มีการปรับปรุงและพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” แบ่งออกได้เป็น 5 มิติหลัก ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (2) ไว้วางใจได้และความเชื่อถือ (3) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (4) การให้ความมั่นใจ (5) การเอาใจใส่ลูกค้า

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการบริการ

Stern (1997) ความเชื่อมั่น คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการเรียนรู้ทฤษฎี ทักษะต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกับผู้บริโภค เอาใจใส่ดูแลเพื่อเอาชนะใจของผู้บริโภค ซึ่งองค์กรจะต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเพื่อสร้างความคุ้นเคยให้เกิดขึ้นกับลูกค้า และสามารถ

ครอบครัวใจของลูกค้าได้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ข้อ ได้แก่ (1) การติดต่อสื่อสาร (2) การรู้จักให้และดูแล ผู้ใช้บริการ (3) การให้ข้อมูลผู้ภักดีค้ำประกันสัญญาที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ (4) การให้ความสะดวกสบายหรือความ สอดคล้อง (5) การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งและการให้ความไว้วางใจ

ทฤษฎีการทดสอบแบบมาตรฐานเดิมได้เน้นความสำคัญที่ความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรงของการวัด และหัวใจ สำคัญของทฤษฎีความเชื่อมั่นตามแบบมาตรฐานเดิมก็คือ มโนคติของการวัดที่ "คู่ขนาน" กัน (Cronbach et al., 1951)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพ ที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัย ตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือ การวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ ทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่ง ไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบ จำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อ การศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิด เป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อจะนำเอา ข้อมูลที่ได้หลังจากการเก็บรวบรวม มาวิเคราะห์เพื่อการตอบปัญหาการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ศึกษา หาความรู้ ค้นคว้า ทบทวน วรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนด กรอบแนวคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้ง นี้ และนำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยาม ศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนด โดย การตั้งข้อคำถามในแบบสอบถามต้องเป็นคำถามที่มีความครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะอีกด้วย ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิง สำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือก คำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ และในส่วนของแบบสอบถามปลายเปิดผู้วิจัยจะกำหนดเฉพาะคำถามให้ผู้ตอบ แบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นในการตอบได้ โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ มีจำนวนข้อคำถาม ทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 34 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการบริการ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นในการ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาล มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ ความเชื่อมั่นในการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาล
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถาม เพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) การสร้างภาพลักษณ์ 0.908 คุณภาพการบริการภาพรวม 0.923 ด้านความเป็นรูปธรรม 0.862 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ 0.942 ด้านการตอบสนองแก่ผู้บริการ 0.777 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ 0.863 ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ 0.924 ความเชื่อมั่นในการบริการ 0.884 การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาล 0.934

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์คานวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ ความเชื่อมั่นในการบริการ และการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ ความเชื่อมั่นในการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และความเชื่อมั่นในการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท

ผลการวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก พบว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ โดยภาพรวมในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการรู้จักและเข้าใจ

ผู้รับบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองแก่ผู้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นในการบริการของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ที่มี เพศ ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาล โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลโดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การสร้างภาพลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพการบริการ ด้านความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก และคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านตอบสนองต่อผู้บริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นในการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ความเชื่อมั่นในการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่มีการบริการทางการแพทย์ครบครัน มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการบริการที่สะดวกรวดเร็วมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน การรักษาและบริการทางการแพทย์ส่งผลให้ตัดสินใจเลือกใช้ บริการโรงพยาบาลเอกชน คุณภาพบริการที่มีมาตรฐานทำให้ตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนได้ทันที การบริการที่สะดวกรวดเร็วมีผลต่อการ

ตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ตราสินค้าหรือยี่ห้อมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน การหาข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน การนำข้อมูลที่ได้จากสื่อโฆษณามาวิเคราะห์และประเมินก่อนตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เว่ย ชุนเหลียน (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลในกรุงเทพมหานคร ของชาวจีน ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลในกรุงเทพมหานครของชาวจีนภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ดังนั้น ไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิง มีการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาล โดยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ฤทัยรัตน์ จินประดิษฐ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เพศต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เอกชนไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับวิจัยของ พุฒิเมธ สนธิญาติ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานครโดยพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลไม่ต่างกัน

2.2 ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอายุมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครที่มี อายุ ต่างกัน ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุฒิเมธ สนธิญาติ (2565) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลต่างกัน

2.3 ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน ทำการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุฒิเมธ สนธิญาติ (2565) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลชิริพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลชิริพยาบาลต่างกัน

2.4 ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครที่มี อาชีพที่ต่างกัน ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา ยมจันทร์ (2561) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บำรุงรักษารถยนต์ โดยพบว่าประชากรที่อาศัยในกรุงเทพมหานครที่มี อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บำรุงรักษารถยนต์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ

2.5 ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็กต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ต่างกันและสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุฒิเมธ สนธิญาติ (2565) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้

3. ผลการศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก สามารถสรุปได้ดังนี้

การสร้างภาพลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ ในระดับมาก มีความเห็นว่า บุคลากรทางการแพทย์มีความเชี่ยวชาญที่เห็นเป็นรูปธรรม สามารถรับรู้ได้ โรงพยาบาลเอกชนที่เลือกให้บริการที่ดีและสอดคล้องกับ ความต้องการ โรงพยาบาลเอกชนที่เลือกมีความน่าเชื่อถือเป็นที่รู้จักในวงการการรักษามะเร็ง โรงพยาบาลเอกชนที่เลือกมีความพร้อมด้านบุคลากรที่ เชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพื่อรองรับการบริการอย่างทั่วถึง แบนด์ของโรงพยาบาลเอกชนที่เลือกเป็นที่รู้จักของสังคม โรงพยาบาลที่เลือก มีบริการเฉพาะด้าน โรงพยาบาลเอกชนที่เลือกมีมาตรฐานระดับโลก แบนด์ของโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านเลือกมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมา โลกัของโรงพยาบาลเอกชนที่เลือกสามารถจดจำได้ง่าย และโรงพยาบาลเอกชนที่เลือกมีการบริการที่มีมาตรฐานเดียวกัน อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินค้าของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน โดยพบว่า การ

สร้างภาพลักษณ์ มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อกองสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ในระดับมาก มีความเห็นว่า พนักงานดูแลสถานที่ให้บริการเป็นระเบียบเรียบร้อย เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์รวมถึงห้องตรวจมีความสะอาดปลอดภัยจากเชื้อ พนักงานทำป้ายและวิธีการปฏิบัติตามจุดต่างๆ ได้อย่างชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการต่างๆ เช่น น้ำดื่ม หนังสือวารสาร และการเรียกคิวแบบอัตโนมัติ และมีความสะดวกในการเดินทางโรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัย ศศิพร ธีระการณ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลกโดยพบว่าพบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก เป็นรายด้านพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

4.2 คุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับมาก ตรวจรักษาและวินิจฉัยโรคอย่างละเอียดแม่นยำ แพทย์และพยาบาลมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แพทย์และพยาบาล มีความชำนาญในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ได้มาตรฐานสากล การได้รับการบริการที่ดีเหมือนเดิมทุกครั้ง พนักงานแสดงความจริงใจในการให้บริการ พนักงานสามารถให้บริการตรงตามความคาดหวัง พนักงานมีความสามารถให้บริการตรงตามมาตรฐานของโรงพยาบาล พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ นำเชื่อถือในการบริการ พนักงานให้การบริการที่มีคุณภาพ และโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านเลือกตราสินค้าที่บ่งบอกถึงความมีมาตรฐานระดับสากล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุฒิเมธ สนธิญาติ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 คุณภาพการบริการ ด้านตอบสนองต่อผู้บริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ด้านตอบสนองต่อผู้บริการ ในระดับมาก มีความเห็นว่าพนักงานแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการ แพทย์และพยาบาล ให้เกียรติและให้ความสำคัญแก่ผู้ป่วยเปรียบเสมือนญาติหรือคนใกล้ชิด แพทย์พยาบาลและพนักงาน มีความกระตือรือร้นเต็มใจที่จะให้บริการ แพทย์และพยาบาล ให้บริการอย่างเสมอภาคไม่

แบ่งชนชั้น พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการอย่างทั่วถึง พนักงานปล่อยให้รอ โดยไม่สามารถกำหนดเวลาในการรอ และพนักงานปฏิเสธคำร้องขอของผู้รับบริการโดยไม่อธิบายเหตุผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการและนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร ธีระการณ (2560) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลกโดยพบว่าพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ายไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

4.4 คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ในระดับมาก มีความเห็นว่าแพทย์และพยาบาลให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษาให้แก่ผู้ป่วยอย่างละเอียด พนักงานมีความมั่นใจในการบริการทุกครั้ง แพทย์และพยาบาลมีความต่อเนื่องในการให้บริการ พนักงานให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน แพทย์พยาบาลและพนักงาน ให้การบริการที่สุภาพ อ่อนน้อมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีตลอดเวลา และพนักงานไม่สามารถตัดสินใจได้ ขณะที่เกิดปัญหาขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุฒิเมธ สนธิญาติ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลวชิรพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 คุณภาพการบริการ ด้านความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ในระดับมาก มีความเห็นว่าพนักงานมีความเข้าใจความต้องการและปัญหาของผู้รับบริการ พนักงานเอาใจใส่กับสิ่งบริการที่ต้องการจนสำเร็จ พนักงานมีความเอาใจใส่ทุกครั้งที่ได้รับบริการ และพนักงานแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าคุณภาพการบริการด้านความรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการศึกษาความเชื่อมั่นในการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก สามารถสรุปได้ดังนี้

ความเชื่อมั่นในการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาล ในระดับมาก มีความเห็นว่าความถูกต้องในการวิเคราะห์ปัญหา ได้รับการพัฒนาและยกระดับจากหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐและเอกชน คุณภาพไม่แตกต่างจากเอกชน รายอื่นๆ และคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสำเนา มีบุญ และ เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร (2566) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นของผู้ซื้อสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของ คนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ความเชื่อมั่นใน ด้านคุณภาพการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของวัยทำงานในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคุณคน มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการจัดการบริหารงานบุคคล ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ป่วยโรงพยาบาลเฉพาะทางมะเร็งกรุงเทพขนาดเล็ก เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาผู้ป่วยโรงพยาบาลที่รักษาทั่วไปในกรุงเทพ เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยในภาพรวม

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ แสงทอง, จินตนา เลิศสกุล, ศิริลักษณ์ หนูทอง, พุทธิวิมล คชรัตน์ และอรณุชา อยู่สกุล. (2561). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดนครศรีธรรมราช*. รายงานการวิจัยคณะเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- ปภาวี บุญกลาง. (2560). *ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษา สาขาในเขตอำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ประเวศ วะสี. (2542). *บนเส้นทางใหม่การส่งเสริมสุขภาพพอวิวัฒน์ชีวิตและสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- พนิดา ยมจันทร์ (2561). การเปิดรับข่าวสารและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บำรุงรักษารถยนต์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 5(1), 214-224.
- พัชรภรณ์ บรรจงงาม. (2564). *อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- พุดมีธ สนธิญาติ. (2565). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐพยาบาลของประชากรในกรุงเทพมหานคร. สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564). อิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด. การค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ฤทัยรัตน์ จินประดิษฐ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัด กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เว่ย ชุนเหลียน. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลในกรุงเทพมหานคร ของชาวจีน. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศศิพร ธีระการณ. (2560). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระบริหาร ธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). เอกสารประกอบการชี้แจงการจัดทำโครงการสำคัญประจำปี ๒๕๖๕ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๕ แผนแม่บทส่งเสริมสุขภาวะคนไทย เป้าหมายสำคัญในการพัฒนาประเทศ. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2566, จาก http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2020/06/project65_13-1.pdf
- สำเภา มีบุญ และ เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร (2566). ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของวัยทำงาน ในกรุงเทพมหานคร. *Journal of Modern Learning Development*, 8(1), 211-225.
- หมอชาวบ้าน. (2550). บทความสุขภาพน่ารู้. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.doctor.or.th/article/list>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*. 16(3), 297-334.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper & Row.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14thEd). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). Determinants of Perceived Service Quality Source: A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 41-50.
- Stern, B. B. (1997). Advertising intimacy: Relationship marketing and the services consumer. *Journal of Advertising*, 26(4), 7-19.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory Analysis*(3rdEd). New York: Harper and Row Publications.