

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Decision to Choose Hospital Services in the Social Security Program in Bangkok

¹สุชาดา บุญเรือง (Suchada Bunrueang)

²พิชัย ลัทธศักดิ์ศิริ (Pichai Latthasaksiri)

³ปภัชณัฐฉาน วงศ์ลาภอนันท์ (Paphatchanuwat Wonglapanan)

⁴ณิรันุช ตั้งใจ (Neeranuch Tangjai)

⁵พงศ์ปณต กิจชนะเศรษฐ์ (Pongpanot Kitthanaset)

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์ (Faculty of Business Administration, Rajapark Institute)

Email: lekchulainter@gmail.com

Received October 6, 2021; **Revised** October 20, 2021; **Accepted** February 5, 2022

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the opinions of the marketing mix (8Ps) towards the selection of hospitals in the social security program in Bangkok; (2) to study the factors of service quality that affect the decision to choose hospital services in the social security program; and (3) to study the decision to use health insurance for the decision to use the hospital in the social security program. This study was a quantitative research survey using a questionnaire, survey opinions, population, and samples used in research. The population used in the study was the population living in Bangkok. For those who use private hospital services, a sample of 400 people was used, using questionnaires as a data collection tool. Data were analyzed by statistical methods such as mean and standard deviation. and the relationship between the variables was analyzed by using multiple regression analysis. The results showed that the decision to choose hospital services in the social security program in Bangkok, i.e., marketing mix (8Ps), had a positive influence on the decision to use hospital services in the social security program in Bangkok, with the system at a significant level of .05.

Keywords: Social security project; Decision; Hospital

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ที่มีต่อการเลือกใช้โรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพฯ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม และ 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้การประกันสุขภาพ (Health Insurance) ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (8Ps) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: โครงการประกันสังคม; การตัดสินใจ; โรงพยาบาล

บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันประชาชนหันมาสนใจและใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น และมีแนวโน้มการดูแลสุขภาพป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ และเข้ารับการรักษาเมื่อเจ็บป่วยอย่างรวดเร็วขึ้น อีกทั้งสถานพยาบาลที่ให้บริการดูแลรักษาสามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชน เนื่องจากกลุ่มผู้มาใช้บริการได้รับความสะดวกสบายมากกว่าโรงพยาบาลของรัฐ เป็นผลให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มเติบโตได้ดี เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพการบริการทางการแพทย์เพื่อดึงดูดให้ผู้รับบริการมาใช้บริการมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความปลอดภัยในชีวิต คือสามารถช่วยเหลือและลดความรุนแรงจากการเจ็บป่วยก่อนที่ผู้ป่วยจะเข้าสู่ภาวะวิกฤตของโรค และลดอัตราการเสียชีวิตของผู้ป่วยลงได้ (Hughes, 2008) ทั้งนี้ คุณภาพการบริการโรงพยาบาลเอกชน ยังเป็นตัวควบคุมมาตรฐานการพยาบาลที่สำคัญ และสะท้อนถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน แต่ทว่าคุณภาพการบริการและความพึงพอใจจะมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้รับบริการ/ผู้บริโภค (Consumer perception) จากความคาดหวังในบริการกับสิ่งที่ได้รับบริการนั้นตรงกันหรือไม่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)

อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ โดยศึกษาจากพฤติกรรมกรใช้บริการ (Kotler & Keller, 2006) นั้นส่งผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้โรงพยาบาลเอกชนที่เข้าร่วมในโครงการประกันสังคม ซึ่งเป็นหนึ่งในระบบหลักประกันด้านสุขภาพของประชาชน โดยปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนมีการแข่งขันกันอย่างสูง ต่างมุ่งเน้นการให้บริการและคุณภาพการรักษา มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือทางการแพทย์ มีการลงทุนเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ครอบคลุมและทันสมัย รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นและแพ็คเกจตรวจรักษาราคาพิเศษ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของผู้เข้ารับบริการ (Kasikom Research Center, 2020) สำหรับภาพรวมด้านรายได้ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีการคาดการณ์ว่าในปี 2564 จะมีรายได้ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 1-4 เมื่อเทียบกับปี 2563 และกำไรสุทธิจะขยายตัวร้อยละ 15-20 (Kasikom Research Center, 2020) ซึ่งในปีหนึ่ง ๆ ประเทศไทย มีจำนวนผู้ป่วยเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนประมาณ 68.2 ล้านคน โดยมีจำนวนการเข้าใช้บริการ 168 ล้านครั้ง/ปี หรือเฉลี่ยแล้วผู้ป่วย 1 คนเข้าใช้บริการ

โรงพยาบาลเอกชน 2.4 ครั้ง/ปี (ข้อมูลรวมคนต่างด้าวและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ) ทั้งนี้ ประเทศไทยมีสถานพยาบาลรวมกันทุกรูปแบบทั้งของรัฐบาลและเอกชน จำนวนกว่า 38,500 แห่งทั่วประเทศ (รวมคลินิกและศูนย์อนามัยต่าง ๆ เป็นต้น) แบ่งเป็นสถานพยาบาลของรัฐบาล 34% หรือคิดเป็น 13,090 แห่ง ที่เหลือ 64% เป็นของเอกชน หรือคิดเป็น 25,410 แห่ง โดยอยู่ในรูปแบบโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 347 แห่งที่น่าสนใจ คือจำนวนผู้ป่วย 68.2 ล้านคนของโรงพยาบาลเอกชน 347 แห่งทั่วประเทศ สามารถสร้างรายได้มหาศาล โดยส่วนใหญ่มาจากค่ายา 35% รองลงมาคือ รายได้จากบริการทางการแพทย์ 20% การวิเคราะห์ผลจากห้องปฏิบัติการและห้องเอกซเรย์ 14% ห้องพักรักษาผู้ป่วย 9% เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ต้องยอมรับว่ารายได้เหล่านี้ส่วนหนึ่งมาจากผู้รับบริการในกลุ่มประกันสังคม ที่เลือกใช้สิทธิการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน เพื่อแลกกับการบริการที่สะดวกสบายกว่าโรงพยาบาลของรัฐ โดยข้อมูลในปี 2555 พบว่ามีผู้ทำประกันสังคม ประมาณ 10.4 ล้านคน (Marketeer, 2019) และในปี 2563 ขยายเพิ่มขึ้นจากมาตรา 33, 39 และ 40 รวมจำนวน 16.4 ล้านคน โดยมีผู้ประกันตนในมาตรา 33 มากที่สุด 11.9 ล้านคน (The Bangkok Insight, 2020)

จากประเด็นดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ที่มีต่อการเลือกใช้โรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม ตลอดจนศึกษาความคิดเห็นปัจจัยคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม และศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันสุขภาพ (Health Insurance) ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจบริการให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ที่มีต่อการเลือกใช้โรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันสุขภาพต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งเน้นเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับโรงพยาบาลเอกชน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรต้น ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ปัจจัยคุณภาพการบริการ (Service Quality) และปัจจัยการประกันสุขภาพ (Health Insurance)

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ผู้มีโครงการประกันสังคม จำนวน 400 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมดที่ทำการศึกษาวิจัย ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ W. G. Cochran (Chantani, 2007) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (Vanichbuncha, 2008)

พื้นที่วิจัย กลุ่มพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร (Bangkok Information Center, 2018)

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 – กันยายน พ.ศ. 2564

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่องคุณภาพการบริการ (Service Quality)

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) ได้กล่าวไว้ว่าตัวแบบการวัดคุณภาพบริการ เป็นการวัดคุณภาพบริการที่ได้รับความนิยมและนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการประเมินคุณภาพการให้บริการจากการรับรู้ของผู้เข้ารับบริการ ซึ่งจากผลงานการพัฒนาตัวแบบ SERVQUAL ของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996) มาจากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการให้บริการ แบ่งระยะการวิจัยเป็น 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาวิจัยกับกลุ่มผู้ให้บริการและผู้เข้ารับบริการเชิงคุณภาพจากหลายบริษัท และนำผลที่ได้มาพัฒนารูปแบบการให้บริการ ระยะที่ 2 การศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เน้นการศึกษาจากผู้เข้ารับบริการโดยเฉพาะ โดยนำรูปแบบคุณภาพการให้บริการในระยะที่ 1 มาทำการปรับปรุงเป็นเครื่องมือ SERVQUAL ระยะที่ 3 การศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์เหมือนระยะที่ 2 มีการขยายการวิจัยให้มีความครอบคลุมบริษัทต่าง ๆ มากขึ้น ระยะที่ 4 การศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้ให้บริการ

สรุปได้ว่าการกำหนดคุณภาพบริการของผู้รับบริการนั้น เกิดขึ้นจากประสบการณ์ในอดีตของผู้รับบริการ จากคำพูดปากต่อปาก และจากการทำการส่งเสริมการขายของโรงพยาบาล ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ที่เรียกว่าบริการที่คาดหวัง (Expected Service) และใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจใช้บริการของโรงพยาบาล เมื่อไปรับบริการแล้วได้รับบริการที่ได้รับจริง ที่เรียกว่าบริการที่รับรู้ (Perceived Service)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

นักวิชาการหลายท่านได้นิยามความหมายของการตัดสินใจ ไว้ดังนี้ Chamnong (1980) ให้ความหมายการตัดสินใจ คือ การจัดการซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเป็นกระบวนการต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่วัตถุประสงค์ อาจมีเครื่องมือที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจมาช่วยในการพิจารณาจากเหตุผลส่วนตัว ความรักใคร่ และความชอบพอ ด้าน John Farley และคณะ (Farley et al., 2004) นิยามทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ ว่าการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบซึ่งมีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารหรือข้อเท็จจริงของบริการหรือผลิตภัณฑ์, เครื่องหมายการค้า, เจตคติหรือท่าที หรือความรู้สึก, ความเชื่อมั่นในบริการหรือผลิตภัณฑ์, ความมุ่งมั่นในการใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ และการซื้อบริการหรือผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้บริการนั้นแล้ว จึงแสดงเป็นพฤติกรรมการใช้บริการ สอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภค ของ Kotler & Keller (2006) อธิบายจิตวิทยาขั้นพื้นฐานที่ทำให้เข้าใจว่าผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ, การค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการหรือบริการนั้น ๆ, การประเมินทางเลือก/คุณค่า/ความคุ้มค่าของบริการหรือผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจ, การตัดสินใจซื้อ และสุดท้ายคือความรู้สึกภายหลังการซื้อหรือใช้บริการ หากเกิดความพึงพอใจก็อาจจะตัดสินใจซื้อซ้ำหรือเลือกใช้บริการอีก

ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับโรงพยาบาลเอกชน

โรงพยาบาลเอกชน เป็นโรงพยาบาลที่จัดตั้งโดยเอกชน มีทั้งที่เป็นบริษัทจำกัด และบริษัทจำกัด (มหาชน) โรงพยาบาลเอกชนบางแห่งเป็นโรงพยาบาลเฉพาะด้าน เช่น โรงพยาบาลด้านโรคตา โรงพยาบาลทันตกรรม เป็นต้น บางแห่งมีมากกว่าหนึ่งแห่งในกลุ่มบริษัทเดียวกัน (Wikipedia Encyclopedia, 2020) ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน เป็นธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย เกิดขึ้นมา 40 กว่าปีที่ผ่านมา ในช่วงที่โรงพยาบาลภาครัฐมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงมีไม่ทั่วถึงกับความต้องการของประชาชน ประกอบกับการที่ภาครัฐขาดความคล่องตัวในการสร้างโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นให้ทันต่อความต้องการ ทำให้ทั่วประเทศมีโรงพยาบาลเอกชนกำเนิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีการแพทย์ที่ทันสมัย และวิธีบริหารงานแบบธุรกิจมาใช้ จนเป็นที่ยอมรับ เชื่อมั่น และมั่นใจในมาตรฐานการดำเนินงานที่มีคุณภาพ ค่ารักษาพยาบาลในระดับที่เหมาะสม อีกทั้งมีบุคลากรทางการแพทย์ที่พร้อมให้การดูแล และรักษาพยาบาล

สรุปว่าโดยลักษณะทั่วไปของโรงพยาบาลเอกชนนั้นในการลงทุนส่วนใหญ่มาจากการลงทุนร่วมกันระหว่างแพทย์ และนักธุรกิจ ซึ่งเป็นการลงทุนที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการที่แพทย์หรือนักธุรกิจจะลงทุนด้วยตนเองฝ่ายเดียว ส่งผลดีต่อการบริหารจัดการงาน เนื่องจากนักธุรกิจมีความสามารถในการบริหารและด้านการเงิน ในขณะที่แพทย์เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการรักษาพยาบาลและด้านสาธารณสุขเป็นอย่างดี

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจความคิดเห็น (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อสำรวจข้อมูลความคิดเห็น ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่มารับบริการ จำนวน 400 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran (Chantani, 2007) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ร้อยละ 5 (Vanichbuncha, 2008) เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) กลุ่มพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร (Bangkok Information Center, 2018) ซึ่งการแจกแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการโรงพยาบาลเอกชนที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ครบตามจำนวน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และจัดหมวดหมู่ โดยใช้การหาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน โดยมีการตั้งระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ ร้อยละ 95 ด้วยการใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ Simple Linear Regression และ Multiple Linear Regression (Vanichbuncha, 2008)

ผลการวิจัย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม พบว่า ผู้ที่มารับบริการที่โรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 46.09 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 68.62 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 61.74 และจำนวนครั้งในการเข้ารับบริการ 2-4 ครั้ง/ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) เพื่อทดสอบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	B	Std. Error	β	T	Sig.
ค่าคงที่	1.232	.263		4.703	.000
H1: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps)	.718	.063	.475	11.550	.000*

$R=.475, R^2=.225, F=133.165, Sig.=.000^*$

ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($F=133.165, Sig.=.000^*$) มิติที่ใช้วัดปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ได้แก่ การรักษาและบริการทางการแพทย์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการให้บริการ กระบวนการให้บริการ องค์ประกอบทางกายภาพ และผลผลิตและคุณภาพ โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีอิทธิพลกันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($R=.475$) คือปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ที่ร่วมกันสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้ร้อยละ 22.5 ($R^2=.225$)

สรุปผลการทดสอบจากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) มีผลอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($Sig.=.000^*$) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์การถดถอย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในเชิงบวก ($\beta = .475$)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบปัจจัยคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	B	Std. Error	β	T	Sig.
ค่าคงที่	2.741	.134		20.467	.000
H2: ปัจจัยคุณภาพการบริการ	.196	.019	.432	10.230	.000*

$R=.432, R^2=.186, F=104.658, Sig.=.000^*$

ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($F=104.658$, $Sig.=.000^*$) มิติที่ใช้วัดปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ โดยปัจจัยคุณภาพการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีอิทธิพลกันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($R=.432$) คือปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่ร่วมกันสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้ร้อยละ 18.6 ($R^2=.186$)

สรุปผลการทดสอบพบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ มีผลอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($Sig.=.000^*$) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์การถดถอย พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในเชิงบวก ($\beta = .432$)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการประกันสุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบปัจจัยการประกันสุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตัวแปรตาม : การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	B	Std. Error	β	T	Sig.
ค่าคงที่	1.94	.236		8.238	.000
H3: ปัจจัยการประกันสุขภาพ	.570	.056	.428	10.174	.000*

$R=.428$, $R^2=.184$, $F=102.517$, $Sig.=.000^*$

ผลจากการทดสอบพบว่าปัจจัยการประกันสุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($F=102.517$, $Sig.=.000^*$) มิติที่ใช้วัดปัจจัยการประกันสุขภาพ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเมื่อเข้ารับบริการระยะเวลารอคอยรับบริการ โดยปัจจัยการประกันสุขภาพ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีอิทธิพลกันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($R=.428$) คือปัจจัยการประกันสุขภาพ ที่ร่วมกันสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้ร้อยละ 18.4 ($R^2=.184$)

สรุปผลการทดสอบจากวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการประกันสุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยการประกันสุขภาพ มีผลอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($Sig.=.000^*$) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์การถดถอย พบว่าปัจจัยการประกันสุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในเชิงบวก ($\beta = .428$)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ (1) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ของผู้ให้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความสอดคล้องงานวิจัยของ Pathomsirikul (2011) ที่ศึกษาแบบจำลองปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งเป็นปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ คือ ปัจจัยการจัดการบริการสุขภาพด้านกลยุทธ์ ปัจจัยการจัดการบริการสุขภาพ ด้านระบบการบริหารจัดการ และปัจจัยการจัดการบริการ

สุขภาพด้านทรัพยากรบุคคลตามความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในองค์กรของธุรกิจและยุทธศาสตร์ด้านระบบและการจัดการทรัพยากรบุคคล อย่างไรก็ตามข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ ปัจจัยทั้ง 7 ตัวมีความสัมพันธ์ต่อกันทุกปัจจัยส่วนปัจจัยด้านบุคลากรและด้านรูปแบบการบริหาร ถึงแม้ว่าการวิจัยครั้งนี้ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับการพัฒนาองค์กรให้มิตักยภาพการทำงานสูง

(2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการในทุกด้าน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yuwaboon (2008) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีผลการปฏิบัติงานเป็นเลิศ ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) พบว่า การพัฒนาองค์กรที่ดีที่สุดเริ่มต้นจากพัฒนาตนเอง ซึ่งองค์กรระดับโลกจะให้ความสำคัญกับเรื่องของการจัดการความรู้ค่อนข้างมาก โดยสามารถพัฒนาทั้งความสามารถ พร้อมด้านระบบด้านกระบวนการ และด้านกลยุทธ์เพื่อลดความเสี่ยงด้านการบริหารบริษัท และเพื่อรองรับการขยายทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการทุกด้าน

(3) ปัจจัยด้านการประกันสุขภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยปัจจัยการประกันสุขภาพ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีอิทธิพลกันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($R=.428$) คือปัจจัยการประกันสุขภาพ ที่ร่วมกันสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ได้ร้อยละ 18.4 ($R^2=.184$) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) พบว่าคุณภาพบริการไว้ว่าคุณภาพบริการเกิดจากผลลัพธ์ระหว่างความคาดหวัง (Expected) และการรับรู้ (Perceived) ของผู้ใช้บริการ และได้กำหนดมิติตัวแบบ SERVQUAL สามารถแบ่งมิติออกได้เป็น 5 มิติหลัก ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ (5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ สรุปผลได้ว่าคุณภาพการบริการนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ปัจจัยคุณภาพการบริการ และปัจจัยการประกันสุขภาพ อย่างไรก็ตามค้นพบว่าปัจจัยทั้ง 8 ด้านมีความสัมพันธ์ต่อกันทุกปัจจัย

สรุปผล

สรุปผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร
สรุปผลการศึกษา ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การรักษาและบริการทางการแพทย์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการให้บริการ กระบวนการให้บริการ องค์ประกอบทางกายภาพ และผลผลิตและคุณภาพ

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ และประกันสุขภาพของผู้ใช้บริการที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

3) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ที่มีผลต่อปัจจัยคุณภาพการบริการและการประกันสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยสามารถเขียนเป็นสมการแสดงความสัมพันธ์ ดังนี้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ร่วมกันสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการ $0.225 + 0.186$ (ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) และปัจจัยคุณภาพการบริการ) + 0.184 (ปัจจัยการประกันสุขภาพ)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

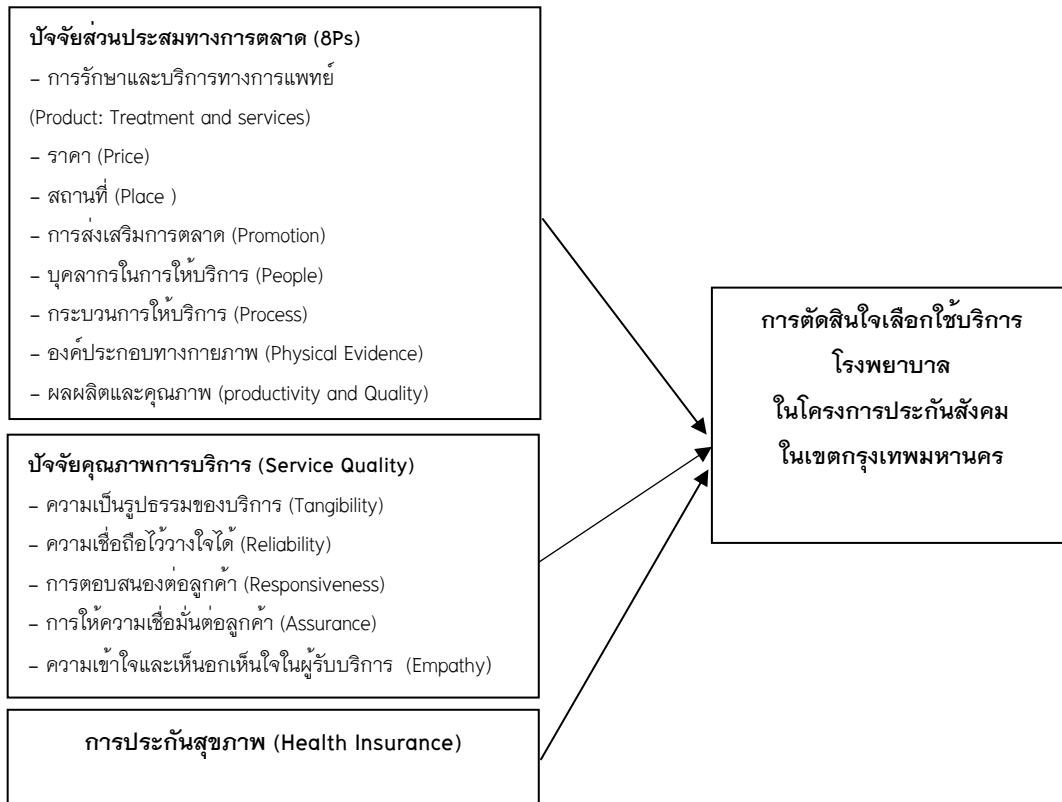
1. นำผลวิจัยที่ได้มาศึกษาในกลุ่มผู้รับบริการ ที่เดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชน โดยศึกษากลุ่มประชากรอื่น ๆ
2. นำผลมาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้รับบริการในแต่ละภูมิภาคของประเทศ เพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ให้มีการเดินทางเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อผู้มาใช้บริการเพื่อเป็นการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้มีความเหมาะสม และประโยชน์ทางวิชาการต่อภาครัฐและเอกชนต่อไป

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้ได้รูปแบบความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีความเหมาะสมกับภาวะการณ์การแข่งขันที่สูงขึ้น ในการเลือกโรงพยาบาลของผู้บริโภค ยึดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความต่อเนื่องในกระบวนการให้บริการมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และการให้บริการด้านสุขภาพแก่ผู้รับบริการต่อไป



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร

References

- Chamnong, W. (1980). *Decision-Making Behavior*. Bangkok: Odeon Store.
- Chantani, A. (2007). *The Statistics for Business Research*. Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
- Chalermjirarat, W. (2010). *Quality in Service* (5th ed.). Bangkok: Pimdeekarnpim.
- Farley, J. (2004). *Strategic Management*. New York: McGraw-Hill.
- Hughes, R. G. (2008). *Patient Safety and Quality: An Evidence-based Handbook for Nurses*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/268043663_Patient_Safety_and_Quality_An_Evidence-Based_Handbook_for_Nurses
- Kasikorn Research Center. (2020). *Kasikorn Research Center Assessing the Private Hospital Business in 2020; Revenue has Returned*. Retrieved from <https://www.prachachat.net/finance/news-570714>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). NJ: Pearson International.
- Marketeer. (2019). *The Private Hospital Business is Getting Richer than in the Past*. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/106228>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.L (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49, 41–50. DOI:10.2307/1251430
- Pathomsirikul, Y. (2011). Model of Factors for Success in Business Management Health Service of Private Hospital in Thailand. *Journal of Business Administration*, 34(130), 14–35.
- The Bangkok Insight. (2020). *The Social Security Office Open Details of 3 Types of Insurers, Totaling 16 million*. Retrieved from <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/399707/>
- Vanichbuncha, K. (2008). *Advanced Statistical Analysis with SPSS for Windows*. Bangkok: Chulalongkorn University Book Center.
- Wikipedia Encyclopedia. (2020). *Private Hospitals in Thailand*. Retrieved from <https://th.wikipedia.org/wiki/>
- Yuwaboon, C. (2008). *Factors Influencing Being an Organization with Results Best Practices: Study a Specific case of PTT Public Company Limited*(Doctor of Philosophy). Ramkhamhaeng University.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.