



การค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น

Factors Affecting the Use of Services at Kasemrad Prachachuen Hospital.

นางสาวสโรชา บุญปลีก

6517100009

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

พุทธศักราช 2567



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขา การจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น

นามผู้วิจัย นางสาวสโรชา บุญปลีก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย อาจารย์ที่ปรึกษา วันที่ 8 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2569

ดร.รัชฎา ปิยะศิริศิลป์

(ดร.รัชฎา ปิยะศิริศิลป์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร.จอมพงศ์ มงคลวนิช)

รองอธิการบดี และคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

วันที่ 17 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 69

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์
ประชาชน
ผู้วิจัย : นางสาวสโรชา บุญปลีก
ปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา : การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ธีธนา จิตศิริกุล.....

(ดร.ธีธนา ปิยะศิริศิลป์)

วันที่ 8 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2565

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้รับบริการของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชน จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบ และการจัดหมวดหมู่สาระสำคัญตามกรอบแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชน จำแนกออกเป็นประเด็นสำคัญ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก และความเหมาะสมของค่าใช้จ่าย โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความเชี่ยวชาญของแพทย์ ความเอาใจใส่ของพยาบาล ความรวดเร็วของขั้นตอนการให้บริการ ตลอดจนความชัดเจนในการให้ข้อมูลด้านการรักษาพยาบาล นอกจากนี้ ยังให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่ให้บริการภายในโรงพยาบาลเพื่อลดความแออัดในพื้นที่รอรับบริการ และเพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้รับบริการ

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ, โรงพยาบาลเอกชน, โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชน

Abstract

Title: Factors Affecting the Use of Services at Kasemrad Prachachuen Hospital.

Researcher: Miss Sarocha Boonpleek

Degree: Master of Business Administration

Major: General management

Advisor: *Dr. Teetima Piyasirisilp*

(Dr. Teetima Piyasirisilp)

8 / Oct / 2026
..... / /

This research aimed to examine factors affecting the use of Kasemrad Prachachuen Hospital services. A qualitative study was conducted among 30 primary caregivers of Kasemrad Prachachuen Hospital, with semi-structured interviews. Data were analyzed using systematic content analysis and categorized adopting the Service Marketing Mix (7Ps) framework.

The results revealed that factors influencing the decision to use Kasemrad Prachachuen Hospital services can be categorized into key areas: quality of medical personnel's services, ease of access, suitability of the environment and facilities, and cost-effectiveness. The majority of respondents prioritized physician expertise, nurses' attentiveness, speed of service procedures, and clarity of medical information. Furthermore, recommendations were made for improving the hospital's service areas to reduce congestion in waiting areas and increase patient comfort.

Keywords: Factors affecting service use, private hospital, Kasemrad Prachachuen Hospital

Approved by

Dr. Teetima
.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยคามอนุเคราะห์และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.ธีติมา ปิยะศิริศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำ แนวทาง และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งตลอดระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ให้คำแนะนำและกำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมทั้งขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารและบุคลากรของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลและอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนเพื่อน ๆ และครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุน ให้กำลังใจ และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ มาโดยตลอด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการทางการแพทย์ต่อไป หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความเคารพ

นางสาวสโรชา บุญปลีก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
กรอบแนวคิดของการวิจัย	6
ขอบเขตในการวิจัย	6
นิยามคำศัพท์	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการจากการวิจัย	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	9
2.2 ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ	16
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
3.1 รูปแบบงานวิจัย	23
3.2 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	23
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.4 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	24
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	25
3.7 การตรวจสอบเชิงสามเส้า	26

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	27
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์	27
4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	28
4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านราคา (Price)	31
4.4 ผลการวิเคราะห์ด้านสถานที่ (Place)	33
4.5 ผลการวิเคราะห์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	35
4.6 ผลการวิเคราะห์ด้านบุคลากร (People)	38
4.7 ผลการวิเคราะห์ด้านกระบวนการ (Process)	41
4.8 ผลการวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)	42
4.9 ผลการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)	44
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	48
สรุปผลการวิจัย	48
อภิปรายผลการวิจัย	50
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้	58
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	59
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	66
แบบสอบถาม	67
ร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย IOC (Index of Item Objective Congruence)	69
ผลรวมค่า IOC (Index of Item Objective Congruence)	75
หนังสือแสดงความยินยอมการให้สัมภาษณ์ (กรณีงานวิจัยเชิงคุณภาพ)	78
ประวัติผู้วิจัย	79

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1.1 มูลค่าตลาดโรงพยาบาลเอกชนไทย	2
ภาพที่ 1.2 จำนวนโรงพยาบาลเอกชนและจำนวนเตียง ปี พ.ศ. 2562 - 2567	4
ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

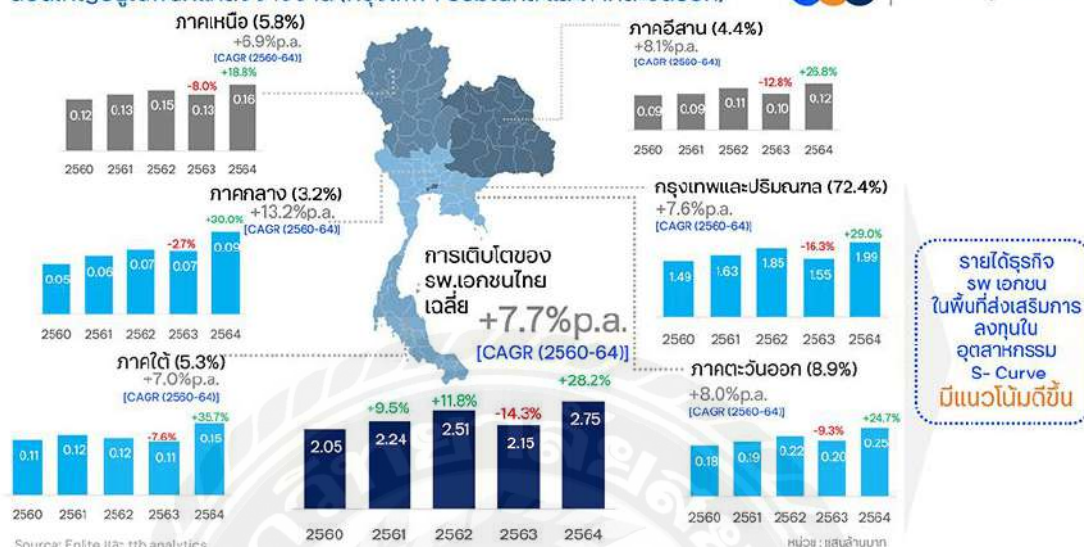
จากวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้คนไทยตื่นตัวในเรื่องการดูแลสุขภาพ การป้องกันโรค และการรักษาโรคมามากขึ้น และมีแนวโน้มการเข้ารักษาที่โรงพยาบาล ช่วงครึ่งแรกของปี 2563 การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา COVID-19 ทำให้จำนวนผู้ให้บริการในโรงพยาบาลลดลงอย่างมาก เนื่องจากผู้ป่วยมีความกังวลในด้านการติดเชื้อ ทำให้ผู้ป่วยด้วยโรคเฝ้าระวังลดลงร้อยละ 19.5 อาทิ ใช้เลือดออกลดลงร้อยละ 42.0 และโรคไขข้ออักเสบลดลงร้อยละ 26.6 ส่วนผู้ป่วยต่างประเทศทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะจีนไม่สามารถเดินทางข้ามประเทศได้จากมาตรการ Lockdown จึงคาดว่าจะทำให้รายได้ของโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่เน้นลูกค้าต่างประเทศลดลงมาก ขณะที่โรงพยาบาลขนาดกลางและเล็กจะมีรายได้จากกลุ่มลูกค้าประกันสังคมช่วยประคับประคองธุรกิจได้ในระดับหนึ่ง โรงพยาบาลเอกชนเร่งปรับตัวรับสถานการณ์โดยหันมาทำตลาดคนไข้ชาวไทยมากขึ้น และปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น (พูลสุข นิลกิจศรานนท์, 2563)

แม้ว่าผลจากการระบาดของโรคโควิด-19 ในระยะแรก ทำให้รายได้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนลดลงอย่างมากในปี 2563 แต่ในปี 2564 ก็สามารถกลับมาสู่ระดับปกติได้ และเมื่อพิจารณาในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2560-2564) จะพบว่ารายได้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเติบโตเฉลี่ยกว่าร้อยละ 7.7 ต่อปี ถึงแม้ว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แต่ยังมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างต่อเนื่องเมื่อเจาะลึกการฟื้นตัวเป็นภูมิภาคจะพบว่า กรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออก ซึ่งมีสัดส่วนรายได้รวมกว่าร้อยละ 80 ของรายได้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนรวมเป็นภูมิภาคที่ดีขึ้นหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากเป็นแหล่งจ้างงานของประเทศ (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2565)

มูลค่าตลาดโรงพยาบาลเอกชนไทย

ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่แหล่งจ้างงาน (กรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออก)

ttb | a-n-a-l-y-t-i-c-s



ภาพที่ 1.1 มูลค่าตลาดโรงพยาบาลเอกชนไทย

ที่มา: ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี (2565)

ในประเทศไทย ผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทั้งผู้ป่วยใน (IPD) และผู้ป่วยนอก (OPD) ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในโรงพยาบาลของรัฐ แนวโน้มนี้ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการกระจายตัวทางภูมิศาสตร์ของโรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งกระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดทั่วประเทศ โรงพยาบาลของรัฐให้บริการแก่ประชาชนในวงกว้าง โดยให้บริการประชาชนทั่วไปและผู้ที่อยู่ในระบบประกันสุขภาพแห่งชาติเป็นหลักในทางตรงกันข้าม โรงพยาบาลเอกชนแม้จะมีขนาดเล็กกว่า แต่ส่วนใหญ่ให้บริการผู้ป่วยที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง สถานพยาบาลเหล่านี้ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตเมือง โดยมีจำนวนมากอยู่ในกรุงเทพมหานคร ตำแหน่งของโรงพยาบาลเอกชนสอดคล้องกับระดับรายได้ที่สูงขึ้นและความต้องการด้านการดูแลสุขภาพของประชากรในเมือง โรงพยาบาลรัฐจึงมีจำนวนผู้ป่วยสูงกว่าโรงพยาบาลเอกชน เห็นได้ชัดไม่เพียงแต่จากจำนวนผู้ป่วยต่อปีเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความถี่ในการเข้ารับบริการต่อผู้ป่วยแต่ละรายด้วย การเข้าถึงและความสามารถในการจ่ายของโรงพยาบาลรัฐ ประกอบกับบทบาทในการให้บริการด้านสุขภาพระดับชาติ ส่งผลให้อัตราการใช้บริการโรงพยาบาลรัฐสูงกว่าโรงพยาบาลเอกชน (Intellify Global, 2568)

ความเป็นมา

ธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์เป็นธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยมุ่งเน้นพัฒนาประเทศไทยให้ เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) และได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2547 ทั้งนี้ในปี 2559 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบในหลักการให้กระทรวง

สาธารณสุขจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ระยะเวลา 10 ปี (พ.ศ. 2559 ถึงพ.ศ. 2568) โดยมีเป้าหมายในการพัฒนา 4 ผลผลิตหลัก ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ของประเทศไทยเป็นที่นิยมจากผู้รับบริการจากต่างประเทศได้แก่อัตรา ค่ารักษาพยาบาลที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ความพร้อมทางการแพทย์และสถานพยาบาล มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีเทคโนโลยีทันสมัย มีการต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีมีสถานที่ท่องเที่ยวอันสวยงาม และการให้บริการมีคุณภาพที่ได้รับการรองรับมาตรฐานสากล(กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2566)

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ถือเป็นธุรกิจที่มั่นคงและมีความเสี่ยงต่ำ (Defensive business) เนื่องจากการบริการทางการแพทย์เป็นเรื่องจำเป็น รายได้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ รายได้จากผู้ป่วยชาวไทยกับรายได้จากผู้ป่วยชาวต่างชาติ รายได้จากผู้ป่วยชาวไทยยังสามารถจำแนกย่อยตามรูปแบบการรับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยได้ 6 กลุ่มหลักดังต่อไปนี้ 1. กลุ่มรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง (Self-pay) 2. กลุ่มประกันสุขภาพเอกชน 3. กลุ่มกองทุนประกันสังคม (สปส.) 4. กลุ่มกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) 5. กลุ่มสิทธิสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการ และ 6. กลุ่มบริษัทคู่สัญญา ทั้งนี้การใช้สิทธิในแต่ละกลุ่มขึ้นอยู่กับ การร่วมสิทธิของโรงพยาบาลเอกชนแต่ละแห่งด้วยเช่นกัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้จากผู้ป่วยชาวไทย ได้แก่ 1. กำลังซื้อของผู้ป่วย ซึ่งส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านสุขภาพและการรักษายาบาล โดยขึ้นอยู่กับ การเติบโตของเศรษฐกิจไทยและการบริโภคภาคเอกชนและ 2. สิทธิในการเบิกค่ารักษายาบาลจากระบบประกันสุขภาพ เช่น ประกันสุขภาพเอกชนและประกันสังคม ที่จะ ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนค่อนข้างมาก ส่วนรายได้จากผู้ป่วยชาวต่างชาติ สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourist) ที่เดินทางเข้ามารักษาในไทย และกลุ่มชาวต่างชาติที่พำนักในไทย (Expatriate) (ปญญกพ ดันติปัญญา, 2568)

จากข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุข ณ วันที่ 30 กันยายน ปี 2567 พบว่า มีจำนวนโรงพยาบาลเอกชนทั้งสิ้น 440 แห่ง เพิ่มขึ้น 15 แห่ง เมื่อเทียบกับปี 2566 โดยมีจำนวนเตียงรวม 40,919 เตียง เพิ่มขึ้น 524 เตียง โดยโรงพยาบาลในกลุ่ม BDMS เป็นโรงพยาบาลเครือข่ายที่ใหญ่ที่สุดของไทย มีโรงพยาบาลในเครือ 58 แห่ง ครอบคลุมทั่วประเทศ และมีจำนวนเตียงที่ให้บริการ 8,841 เตียง คิดเป็นร้อยละ 21.6 รองลงมาเป็นกลุ่ม โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ (BCH) มีโรงพยาบาลในเครือ 15 แห่ง และมีจำนวนเตียงที่ให้บริการ 2,323 เตียง คิดเป็นร้อยละ 5.7 และกลุ่มโรงพยาบาล

ธนบุรี มีโรงพยาบาลในเครือ 11 แห่ง และมีจำนวนเตียงที่ให้บริการ 1,767 เตียง คิดเป็นร้อยละ 4.3 ของจำนวนเตียงที่ให้บริการในโรงพยาบาลเอกชน ทั้งหมดตามลำดับนอกจากนี้ ในปี 2567 กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งยังคงมีการลงทุนขยายโรงพยาบาลอย่างต่อเนื่อง อาทิ การเพิ่มจำนวนเตียง การเพิ่มจำนวนห้องตรวจสำหรับผู้ป่วยนอก และการเพิ่มศูนย์แพทย์ เฉพาะทาง รวมถึงการลงทุนก่อสร้างโรงพยาบาลใหม่ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประชากรสูงวัยและกลุ่มชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อสูงขึ้น(เชียวชาญ ศรีชัยยา, 2568)



ภาพที่ 1.2 จำนวนโรงพยาบาลเอกชนและจำนวนเตียง ปี พ.ศ. 2562 - 2567

ที่มา: กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2566)

ปัญหาของการวิจัย

ระบบบริการสาธารณสุขของประเทศไทย โดยเฉพาะในโรงพยาบาลของรัฐ กำลังเผชิญกับความท้าทายอย่างหนัก หนึ่งในปัญหาสำคัญ คือ ภาวะคนไข้ล้นโรงพยาบาล (Hospital Overcrowding) ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการ ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ และความปลอดภัยของผู้ป่วยเอง สถานการณ์นี้เกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น การที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความเชื่อมั่นและนิยมรับบริการจากโรงพยาบาลขนาดใหญ่ แม้ว่าหลายกรณีจะเป็นการเจ็บป่วยเล็กน้อยที่สามารถรับบริการในระดับปฐมภูมิได้ นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) และการเข้าสู่สังคมสูงวัย ส่งผลให้ความต้องการใช้บริการทางการแพทย์

เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะที่ทรัพยากรด้านสาธารณสุข เช่น จำนวนบุคลากร เตียงผู้ป่วย และงบประมาณ ยังมีจำกัดและกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่ (กองบรรณาธิการ thai PBS, 2568)

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ส่งผลกระทบไปยังหลาย ๆ ธุรกิจ รวมถึงธุรกิจการดูแลสุขภาพด้วย โรงพยาบาลถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในธุรกิจสุขภาพ โดยทั้งภาครัฐบาลและเอกชนจะได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีและการระบาดของโรคติดเชื้ออุบัติใหม่ ในอนาคตโรงพยาบาลมีความท้าทายในการเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การต้องรักษาผู้ป่วยในภาวะที่มีภาระระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 การปรับเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงของประเทศไทยเอง และพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้โรงพยาบาลและหน่วยงานที่ให้บริการด้านสุขภาพจำเป็นต้องปรับตัว (Martin, 2021)

ปัจจุบันมีประชาชนที่ต้องเข้ารับการรักษามีจำนวนมาก โดยมีทางเลือกการเข้าโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน โดยโรงพยาบาลเอกชนที่ประชากรเลือกใช้ จะต้องทำให้ผู้รับบริการและประชาชน มีความมั่นใจว่า หากเข้ามารับบริการยังสถานพยาบาลที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานระบบบริการสุขภาพ จากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จะได้รับความสะดวกสบายจากการรับบริการภายใต้สถานที่ ที่สะอาดเป็นระเบียบ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ได้รับการตรวจรักษาด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพถูกต้องแม่นยำพร้อมใช้ เชื่อถือได้อย่างเพียงพอ รวมทั้งผู้รับบริการ ยังได้รับข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องและพัฒนาทักษะที่จำเป็น ให้มีความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง และสามารถจัดการสุขภาพ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2564)

ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน โดยเลือกศึกษาโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุงบริการของโรงพยาบาลเอกชนให้ดียิ่งขึ้น

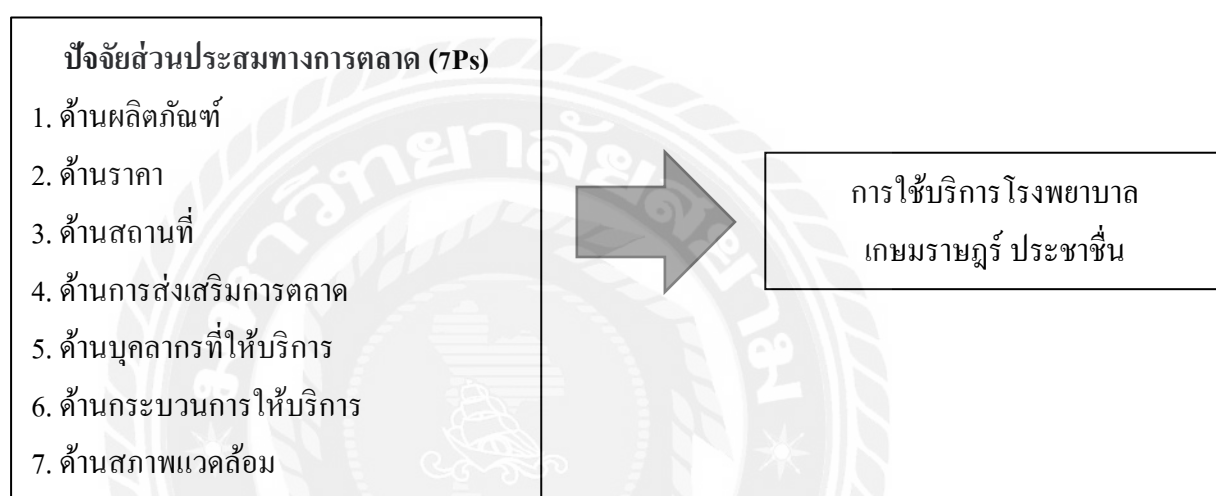
1.2 คำถามการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนมีอะไรบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น

1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถานที่วิจัย คือ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรเป็นผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ปัจจัย (7Ps) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้าน

บุคลากรที่ให้บริการ (People) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)

4.ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยระยะเวลาที่เก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือน มกราคม-เมษายน 2566 รวมระยะเวลา 4 เดือน

1.7 นิยามคำศัพท์

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักที่องค์กรนำเสนอแก่ลูกค้า ของโรงพยาบาลเอกชน หมายถึง บริการทางการแพทย์ เช่น การตรวจวินิจฉัย การรักษา การให้คำปรึกษา โปรแกรมตรวจสุขภาพ หรือบริการเสริมด้านสุขภาพอื่น ๆ ที่สร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

2.ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้า หรือบริการ ซึ่งรวมถึงราคาค่ารักษาพยาบาล ค่าห้องพัก ค่าแพ็คเกจสุขภาพ และส่วนลดหรือการส่งเสริมการตลาดที่โรงพยาบาลนำมาใช้เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการ

3.สถานที่ (Place) หมายถึง ช่องทางหรือสถานที่ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะสถานที่ตั้งของโรงพยาบาล ความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันที่ช่วยในการนัดหมายและติดต่อกับโรงพยาบาล

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ ความสนใจ และการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เช่น การโฆษณา การจัดกิจกรรมสุขภาพ การให้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และการสื่อสารส่งเสริมภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล

5.บุคลากรที่ให้บริการ (People) หมายถึง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ และพนักงานบริการ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้รับบริการ และมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

6.กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนและวิธีการที่โรงพยาบาลใช้ในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ตั้งแต่การลงทะเบียน การนัดหมาย การรักษา จนถึงการติดตามผล เพื่อให้บริการมีความต่อเนื่อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

7.สภาพแวดล้อม (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจในการให้บริการ เช่น อาคารสถานที่ ความสะอาด ความเป็นระเบียบ เครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย รวมถึงเอกสารทางการแพทย์หรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. แนวทางการปรับปรุงแก้ไข คุณภาพของโรงพยาบาลเอกชนซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น
2. ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลการวิจัยมาเป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีดังนี้

2.1 ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

2.2 ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ตามแนวคิดของ Kotler และ Keller (2022) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ (7Ps) ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจบริการสามารถออกแบบและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะในธุรกิจที่มีความซับซ้อนและอ่อนไหว เช่น บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้รับบริการ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงหลังรับบริการ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่เป็นส่วนประสม 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ผลลัพธ์ การบริการถือเป็นผลลัพธ์อย่างหนึ่ง เช่น ความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบาย ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา (Donabedian, 1988) บริการจะต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้าคุณภาพของบริการประกอบด้วยหลายปัจจัยทั้งความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของแพทย์ พยาบาล ความทันสมัยของอุปกรณ์ความรวดเร็ว และต่อเนื่องของขั้นตอนการบริการ

ผลลัพธ์หรือบริการถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานทางการตลาดในโรงพยาบาลเอกชน เพราะเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงคุณภาพและมาตรฐานขององค์กรด้านสาธารณสุขโดยตรง โรงพยาบาลเอกชนจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงบริการทางการแพทย์ให้มีความหลากหลาย ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม ทั้งในด้านการรักษาพยาบาล การป้องกันโรค การฟื้นฟูสุขภาพ และการดูแลสุขภาพเชิงส่งเสริม เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ป่วยและญาติผู้รับบริการ รวมทั้งสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในตลาดบริการสุขภาพที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน

ในยุคที่เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในทุกมิติของชีวิต โรงพยาบาลเอกชนได้ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยมาใช้ในการวินิจฉัยและรักษาผู้ป่วย เพื่อยกระดับ

คุณภาพการบริการและเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลรักษา ตัวอย่างเช่น การใช้เครื่องมือแพทย์ที่มีความแม่นยำสูง อาทิ เครื่องเอกซเรย์คอมพิวเตอร์ (CT Scan) เครื่องเอ็มอาร์ไอ (MRI) เครื่องอัลตราซาวด์ความละเอียดสูง และเครื่องมือผ่าตัดผ่านกล้อง รวมถึงการนำเทคโนโลยีหุ่นยนต์มาช่วยในการผ่าตัดที่ต้องการความละเอียดสูง ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงของผู้ป่วย ลดระยะเวลาพักฟื้น และเพิ่มความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์ เช่น ระบบเวชระเบียนอิเล็กทรอนิกส์ (EMR) การนัดหมายแพทย์ผ่านระบบออนไลน์ และการให้บริการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ป่วยสามารถปรึกษาแพทย์ได้โดยไม่ต้องเดินทางมายังโรงพยาบาล อีกทั้งยังมีการนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Big Data เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพเพื่อช่วยแพทย์ในการวินิจฉัยโรคและวางแผนการรักษาที่เหมาะสมเฉพาะบุคคล (Martin, 2021) ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านบริการทางการแพทย์อย่างต่อเนื่อง

นอกจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแล้ว โรงพยาบาลเอกชนยังให้ความสำคัญกับการจัดบริการที่ครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยในทุกขั้นตอนของการดูแลสุขภาพ ตั้งแต่การป้องกัน การรักษา การฟื้นฟู ไปจนถึงการส่งเสริมสุขภาพ โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่มีศูนย์บริการเฉพาะทางที่ครอบคลุมทุกสาขา เช่น ศูนย์หัวใจ ศูนย์สมอง ศูนย์มะเร็ง ศูนย์ผู้สูงอายุ และศูนย์กายภาพบำบัด เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเข้ารับบริการได้ครบจบในที่เดียว (One Stop Service) นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาบริการตรวจสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Health Check-up) การให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ การฟื้นฟูสมรรถภาพหลังการเจ็บป่วย (Rehabilitation) ตลอดจนบริการเสริมสุขภาพและความงาม (Wellness and Aesthetic Center) ซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มคนทำงานและผู้สูงอายุ การให้บริการแบบครบวงจรเช่นนี้ช่วยให้ผู้ป่วยได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มตรวจรักษาจนถึงหลังการออกจากโรงพยาบาล และยังช่วยสร้างความสะดวก รวดเร็ว และความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประสบการณ์การใช้บริการมากพอ ๆ กับผลลัพธ์ของการรักษา

อีกประเด็นหนึ่งที่สะท้อนถึงความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการคือ การจัดหาการรักษาโรคที่หลากหลายและมีทางเลือกตามงบประมาณของผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนตระหนักดีว่าผู้รับบริการมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน จึงได้มีการจัดระบบการจ่ายยาที่เหมาะสมกับผู้ป่วยแต่ละกลุ่ม โดยมีทั้งยาต้นตำรับ (Original Drug) สำหรับผู้ที่ต้องการยาที่มีคุณภาพสูงสุด และยาสามัญ (Generic Drug) สำหรับผู้ที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายในการรักษา ทั้งนี้ โรงพยาบาลยังให้ความสำคัญกับการให้คำปรึกษาจากเภสัชกร เพื่อช่วยผู้ป่วยเลือกจ่ายยาที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัยในราคาที่เหมาะสม ตลอดจนการแสดงราคาอย่างโปร่งใส เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถ

ตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลและมั่นใจในความเป็นธรรม นอกจากนี้ โรงพยาบาลหลายแห่งยังมีความร่วมมือกับบริษัทประกันสุขภาพ เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยและทำให้สามารถเข้าถึงยาคุณภาพได้มากขึ้น การจัดการด้านยาที่มีความยืดหยุ่นนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดเชิงมนุษย์ (Humanized Marketing) ที่เน้นความเข้าใจและความเอาใจใส่ในความแตกต่างของผู้ป่วยแต่ละราย

2) ราคา หมายถึง คุณค่าของการเข้ารับการรักษา ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบในเรื่องคุณค่าของบริการกับราคาของบริการ การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญ ในการบอกถึงคุณภาพของการรักษาที่จะได้รับ

การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาลมักใช้กลยุทธ์ Value-Based Pricing โดยคำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้มากกว่าต้นทุนเพียงอย่างเดียว ราคาต้องสะท้อนถึงคุณภาพ ความปลอดภัย และความเชื่อมั่น นอกจากนี้ยังมีการจัดแพ็คเกจบริการ เช่น โปรแกรมตรวจสุขภาพรายปี หรือแพ็คเกจฝากครรภ์ เพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้ได้สะดวกและคุ้มค่า

ราคา ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงคุณค่าและระดับของบริการที่ผู้รับบริการจะได้รับ โรงพยาบาลเอกชนจึงต้องกำหนดนโยบายด้านราคาอย่างเหมาะสม ทั้งในแง่ของค่าใช้จ่ายในการรักษาและค่าตรวจวินิจฉัยโรค เพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนการดำเนินงาน คุณภาพของบริการ และความคาดหวังของผู้ป่วยในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการสร้างความสมดุลระหว่างความสามารถในการแข่งขันของโรงพยาบาลและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ในด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา โรงพยาบาลเอกชนมักมีการกำหนดราคาที่สะท้อนถึงคุณภาพของการดูแลรักษา ความเชี่ยวชาญของแพทย์ และความทันสมัยของเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่นำมาใช้ การตั้งราคาการรักษาจึงไม่เพียงคำนึงถึงต้นทุนโดยตรง เช่น ค่ายา ค่าห้องพักผู้ป่วย ค่าบริการพยาบาล และค่าบริหารจัดการภายใน แต่ยังคำนึงถึงคุณค่าที่ผู้ป่วยได้รับในแง่ของความปลอดภัย ความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และมาตรฐานการบริการที่เหนือกว่าของโรงพยาบาลเอกชน นอกจากนี้ โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งยังมีการจัดแพ็คเกจการรักษาพยาบาลในลักษณะเหมาจ่าย (Package Pricing) เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถคาดการณ์ค่าใช้จ่ายได้ล่วงหน้า เช่น แพ็คเกจผ่าตัด แพ็คเกจคลอดบุตร หรือแพ็คเกจตรวจสุขภาพประจำปี ซึ่งช่วยลดความกังวลของผู้ป่วยเรื่องค่าใช้จ่ายที่อาจบานปลาย และทำให้การตัดสินใจเข้ารับบริการเป็นไปอย่างมั่นใจมากขึ้น (Donabedian, 1988) การให้ข้อมูลราคาที่โปร่งใส ชัดเจน และเป็นธรรมยังเป็นแนวทางสำคัญที่โรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค

ในส่วนของการตรวจวินิจฉัยโรค โรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาที่เหมาะสมถึงความซับซ้อนและเทคโนโลยีที่ใช้ในการตรวจวินิจฉัย เนื่องจากปัจจุบันการแพทย์มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีเครื่องมือที่มีความละเอียดและแม่นยำสูง ซึ่งย่อมมีต้นทุนที่สูงตามไปด้วย เช่น เครื่องเอกซเรย์คอมพิวเตอร์ (CT Scan) เครื่องเอ็มอาร์ไอ (MRI) เครื่องตรวจคลื่นหัวใจ (Echocardiogram) หรือเครื่องตรวจภายในด้วยระบบส่องกล้อง การกำหนดราคาค่าตรวจจึงต้องคำนึงถึงทั้งต้นทุนของอุปกรณ์ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา รวมถึงความชำนาญของบุคลากรทางการแพทย์ที่ทำการตรวจ โรงพยาบาลเอกชนบางแห่งได้มีการจัดระดับราคาค่าตรวจวินิจฉัยตามความละเอียดของผลการตรวจและวัตถุประสงค์การใช้งาน เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความจำเป็นและงบประมาณของตนเอง เช่น การเลือกตรวจเฉพาะจุดที่สงสัยโรค หรือการตรวจแบบละเอียดเชิงลึกเพื่อวินิจฉัยโรคในระยะเริ่มต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดการส่งเสริมการตลาดหรือส่วนลดสำหรับบริการตรวจสุขภาพในบางช่วงเวลา เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับการตรวจสุขภาพเชิงป้องกันมากขึ้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ด้านราคาที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและเพิ่มการรับรู้ในแบรนด์ของโรงพยาบาลในระยะยาว

3) สถานที่ หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางที่องค์กรใช้ในการจัดจำหน่ายหรือส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้ถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากสถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าถึงเป็นปัจจัยแรก ๆ ที่ผู้ป่วยหรือญาติพิจารณาเมื่อเกิดความจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล โรงพยาบาลเอกชนจึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เอื้อต่อการให้บริการด้านสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในเรื่องของความสะดวกในการเดินทางมารับบริการและความเพียงพอของพื้นที่จอดรถ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและประสบการณ์โดยรวมของผู้ใช้บริการ

ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการถือเป็นองค์ประกอบหลักที่สะท้อนถึงการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของโรงพยาบาลเอกชน โรงพยาบาลส่วนใหญ่จึงมักตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางได้ง่าย อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมหลัก เช่น ถนนสายสำคัญ ทางด่วน หรือใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า หรือสถานีรถโดยสาร เพื่อให้ผู้รับบริการจากหลากหลายพื้นที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกไม่เพียงช่วยลดภาระของผู้ป่วยและญาติเท่านั้น แต่ยังส่งผลดีต่อการให้บริการในภาวะฉุกเฉินที่ต้องการความรวดเร็วสูง เช่น ผู้ป่วยอุบัติเหตุหรือผู้ป่วยวิกฤตที่ต้องได้รับการรักษาทันเวลา นอกจากนี้ โรงพยาบาลเอกชนยังให้ความสำคัญกับการจัดระบบป้ายบอกทางภายในและภายนอกอาคารให้ชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้

บริการ รวมถึงการให้บริการรับ-ส่งภายในพื้นที่โรงพยาบาล หรือบริการนำทางดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันของโรงพยาบาล ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงบริการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการ

ในขณะเดียวกัน ความเพียงพอของที่จอดรถก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความสะดวกสบายและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับการจัดพื้นที่จอดรถที่กว้างขวาง ปลอดภัย และเพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการในแต่ละวัน โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีผู้ป่วยหนาแน่น เช่น ช่วงเช้าและวันหยุดสุดสัปดาห์ โรงพยาบาลหลายแห่งได้ลงทุนสร้างอาคารจอดรถขนาดใหญ่หรือจัดระบบจอดรถอัจฉริยะ (Smart Parking System) เพื่อบริหารจัดการพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดระยะเวลาการรอคอยของผู้มาใช้บริการ (Martin, 2021) บางแห่งยังมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกบริเวณทางเข้า-ออกลานจอดรถ รวมทั้งมีบริการรถกอล์ฟหรือรถรับส่งจากจุดจอดมายังอาคารบริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ ผู้ป่วย หรือผู้ที่มีสัมภาระจำนวนมาก การจัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิดและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ก็เป็นอีกองค์ประกอบที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการว่ารถยนต์และทรัพย์สินของตนจะได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม

4) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมทางการตลาดที่โรงพยาบาลเอกชนใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการ สร้างการรับรู้ กระตุ้นความสนใจ และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของบริการ ตลอดจนส่งเสริมให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการตลาดในบริบทของโรงพยาบาลเอกชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

การจัดโครงการตรวจรักษาในราคาพิเศษช่วงเทศกาลหรือช่วงโอกาสพิเศษต่างๆ ซึ่งช่วยดึงดูดผู้ป่วยใหม่และกระตุ้นให้ผู้ป่วยเก่ากลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการก็เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจ เช่น การแจ้งสิทธิประโยชน์ด้านประกันสุขภาพ ส่วนลดค่าบริการพิเศษ หรือโปรแกรมสะสมสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาต่อเนื่อง การสื่อสารเช่นนี้ทำให้ผู้ให้บริการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับและเกิดความผูกพันกับโรงพยาบาล (Pomponi et al., 2015) นอกจากนี้ โรงพยาบาลเอกชนยังให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ความหลากหลายของบริการตรวจและรักษา เพื่อให้ผู้ให้บริการรับรู้ถึงโรงพยาบาลมีศูนย์บริการเฉพาะทางครอบคลุมทุกสาขา สามารถตอบสนองต่อความต้องการทางสุขภาพได้ครบถ้วน ตั้งแต่การตรวจวินิจฉัยโรคทั่วไป การตรวจเชิงลึก การรักษาโรคเรื้อรัง การฟื้นฟูสมรรถภาพ ไปจนถึงการส่งเสริมสุขภาพและตรวจสุขภาพเชิงป้องกัน การส่งเสริมการตลาดโดยเน้นโครงการราคาพิเศษ การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ และการสร้าง

ความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายของบริการตรวจและรักษานั้นช่วยสร้างความแตกต่างในตลาด
 เพิ่มการรับรู้ในแบรนด์ของโรงพยาบาล และส่งเสริมให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น
 และความจงรักภักดีในระยะยาว (Cutlip & Center, 2015)

5) บุคลากรที่ให้บริการ หมายถึง แพทย์ พยาบาล และบุคลากรในโรงพยาบาล ที่ได้รับการ
 ฝึกอบรมพัฒนา เพื่อการรักษา และการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า บุคลากรเป็นหัวใจสำคัญของ
 ธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในโรงพยาบาล เช่น แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ที่ต้องมีความเชี่ยวชาญและ
 มารยาทดีมีการฝึกอบรมเพื่อให้บริการที่เป็นมิตร สุภาพ และเข้าใจผู้ป่วย บุคลากรทางการแพทย์มี
 ชื่อเสียงก็เป็นปัจจัยดึงดูดลูกค้าได้

โรงพยาบาลจึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกและพัฒนาบุคลากรทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ทั้ง
 แพทย์ พยาบาล เภสัชกร และเจ้าหน้าที่สนับสนุน เพื่อให้สามารถให้บริการที่มีมาตรฐานสูงและ
 ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ความเชี่ยวชาญของแพทย์ถือเป็นหัวใจ
 สำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนมักมีการคัดเลือกแพทย์ที่มี
 ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง รวมถึงส่งเสริมให้แพทย์เข้ารับการอบรมและศึกษา
 ต่อในด้านต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถวินิจฉัยและรักษาโรคได้อย่างแม่นยำตาม
 มาตรฐานสากล ความเชี่ยวชาญนี้ไม่เพียงแต่เพิ่มความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการรักษา
 เท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้ป่วยต่อโรงพยาบาลด้วย

นอกจากความเชี่ยวชาญของแพทย์แล้ว ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการ
 ให้บริการของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและประสบการณ์ของผู้รับบริการ
 แพทย์ที่สามารถให้คำปรึกษาอย่างเข้าใจ ใช้เวลาในการตอบคำถามของผู้ป่วย และแสดงความใส่ใจ
 ต่อความกังวลหรือความต้องการของผู้ป่วย ช่วยให้ผู้ป่วยรู้สึกมั่นใจและได้รับความสบายใจใน
 ระหว่างการเข้ารับบริการ นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่สนับสนุน เช่น พยาบาลและเจ้าหน้าที่ต้อนรับ ก็มี
 บทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกให้ผู้ป่วย ตั้งแต่การให้คำแนะนำ การจัดลำดับการตรวจ
 การช่วยเหลือด้านเอกสาร และการประสานงานกับแพทย์หรือหน่วยงานอื่น ๆ อย่างรวดเร็วและมี
 ประสิทธิภาพ การให้บริการด้วยความสุภาพ ใส่ใจ และกระตือรือร้นช่วยลดความเครียดและความ
 ไม่สะดวกสบายของผู้ป่วย ทำให้การเข้ารับบริการเป็นไปอย่างราบรื่นและสร้างความประทับใจ

6) กระบวนการให้บริการ หมายถึง การบริการของโรงพยาบาลที่มีความต่อเนื่องและ
 รวดเร็ว กระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดความกังวลของผู้รับบริการ เช่นระบบ
 ลงทะเบียนและนัดหมายที่รวดเร็ว การรอคอยไม่นาน การส่งต่อข้อมูลผู้ป่วยอย่างมีประสิทธิภาพ
 ระบบติดตามอาการหลังการรักษา

กระบวนการให้บริการต้องมีความรวดเร็ว โปร่งใส และปลอดภัย เช่น ระบบนัดหมายออนไลน์ การชำระเงินอัตโนมัติ และบริการรับยาผ่าน Drive-thru การใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะ (Smart Hospital System) ช่วยให้กระบวนการให้บริการเป็นระบบและลดความผิดพลาด ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์ที่ดีของผู้ป่วย

กระบวนการให้บริการ ที่มีประสิทธิภาพและชัดเจนช่วยสร้างความมั่นใจ ลดความกังวล และเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนจึงให้ความสำคัญกับการออกแบบขั้นตอนการให้บริการให้รวดเร็ว เข้าใจง่าย และตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การลงทะเบียน การนัดหมาย การตรวจวินิจฉัย การรักษา ไปจนถึงการชำระค่าบริการและรับยา ระบบการจัดการภายในโรงพยาบาล เช่น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการลงทะเบียน การนัดหมายออนไลน์ ระบบคิวอัจฉริยะ และการจัดลำดับผู้ป่วยอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดเวลารอคอย และทำให้กระบวนการทั้งหมดเป็นไปอย่างราบรื่น การออกแบบขั้นตอนที่เข้าใจง่ายช่วยให้ผู้ป่วยสามารถดำเนินการตามขั้นตอนได้ด้วยตนเองหรือด้วยความช่วยเหลือเพียงเล็กน้อย ลดความซับซ้อน และความสับสนระหว่างขั้นตอน

ระยะเวลาในการตรวจรักษาของแพทย์ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการให้บริการ โรงพยาบาลเอกชนมุ่งเน้นให้ผู้ป่วยได้รับการตรวจวินิจฉัยและการรักษาอย่างทันท่วงที โดยไม่เสียเวลาในการรอกอยนานเกินไป แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ได้รับการจัดสรรเวลาที่เหมาะสมสำหรับแต่ละการนัดหมาย เพื่อให้สามารถวินิจฉัยโรคและให้คำปรึกษาได้อย่างละเอียด และครบถ้วน โดยไม่กระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการต่อผู้ป่วยรายอื่น การบริหารจัดการเวลาที่ช่วยให้ผู้ป่วยได้รับการบริการอย่างต่อเนื่อง มีคุณภาพ และรู้สึกว่ากระบวนการรักษาเป็นไปอย่างเป็นระบบและเชื่อถือได้

7) สภาพแวดล้อม หมายถึง สถานที่ภายในโรงพยาบาลและสิ่งแวดล้อมรอบโรงพยาบาล รวมถึงองค์ประกอบต่างๆที่สามารถ อำนวยความสะดวกต่อผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ สิ่งที่จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ เช่น อาคารสถานที่สะอาด ทันสมัย ห้องพักรักษาและห้องตรวจที่ปลอดภัยและเป็นส่วนตัว เอกสาร แผ่นพับ หรือเว็บไซต์ที่ชัดเจน มีมาตรฐาน

สิ่งแวดล้อมในโรงพยาบาลมีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ เช่น ความสะอาด การตกแต่งภายในที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น รวมถึงบรรจุกิจกรรมของผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความปลอดภัยและสวยงาม งานวิจัยหลายเรื่องพบว่า “บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม” ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ป่วย

สภาพแวดล้อมทางกายภาพสะท้อนถึงมาตรฐาน ความเอาใจใส่ และความเป็นมืออาชีพของโรงพยาบาล (Ulrich et al., 2008) โรงพยาบาลเอกชนจึงให้ความสำคัญกับการสร้าง

สภาพแวดล้อมที่สะอาด ปลอดภัย และเหมาะสมต่อการให้บริการทางการแพทย์ทุกด้าน ความสะอาดของโรงพยาบาลถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญที่สุด ทั้งในส่วนของห้องตรวจ ห้องผ่าตัด ห้องพักรักษาตัว รวมถึงพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ล็อบบี้ ห้องน้ำ และทางเดินภายในอาคาร โรงพยาบาลมีมาตรการทำความสะอาดอย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง เช่น การฆ่าเชื้อพื้นผิวและอุปกรณ์ทางการแพทย์ การจัดการขยะติดเชื้ออย่างถูกต้อง และการตรวจสอบคุณภาพอากาศและสภาพแวดล้อมภายในอาคาร เพื่อให้ผู้ป่วย ญาติ และบุคลากรมีความมั่นใจในความปลอดภัยและสุขอนามัย

ความเหมาะสมของพื้นที่ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญกับการจัดสรรพื้นที่ให้เพียงพอและเหมาะสมกับลักษณะการให้บริการ เช่น การออกแบบพื้นที่รับรองผู้ป่วยและญาติให้กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อความสะดวกสบาย การจัดโซนสำหรับผู้ป่วยฉุกเฉิน แผนกตรวจรักษา และศูนย์บริการเฉพาะทางให้แยกจากกันอย่างชัดเจน เพื่อลดความแออัดและเพิ่มความปลอดภัย นอกจากนี้ โรงพยาบาลยังให้ความสำคัญกับการจัดพื้นที่สำหรับการเข้าถึงบริการเสริม เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ หรือพื้นที่พักผ่อนของญาติผู้ป่วย เพื่อสร้างความสะดวกสบายและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม

จากส่วนประสมทางการตลาดที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่า จากการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ ต้องมีการวางแผนการตลาดอยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจสูงสุด ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

2.2 ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการที่เป็นระบบประกอบด้วย จุดมุ่งหมาย ระบบข้อมูลที่ดี พิจารณาความเป็นไปได้ของทางเลือก ค่านิยม และการประเมินผล แล้วจึงตัดสินใจเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดที่เหมาะสมของแต่ละบุคคล จากแนวคิดของ Kotler และ Keller (2024) การตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกบริการหรือสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของโรงพยาบาลเอกชน ผู้บริโภคมักพิจารณาจากคุณภาพของบริการ ความเชื่อมั่นในแพทย์ ความสะดวก และต้นทุน ซึ่งล้วนมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการในระยะยาว ในการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) ผู้บริโภคเริ่มต้นกระบวนการตัดสินใจเมื่อรับรู้ถึงความต้องการด้านสุขภาพ เช่น การเจ็บป่วย การต้องเข้ารับการตรวจร่างกาย หรือต้องการบริการ

เฉพาะทาง ซึ่งอาจไม่สามารถรอคิวในโรงพยาบาลของรัฐได้ ทำให้เกิดแรงผลักดันในการพิจารณาใช้บริการจากโรงพยาบาลเอกชนที่สามารถให้บริการได้รวดเร็วกว่า

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรับรู้ปัญหาในบริบทโรงพยาบาล ผู้บริโภคมักเกิดการรับรู้ปัญหาเมื่อพบปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1 ความเร่งด่วนของปัญหาสุขภาพ (Urgency of Health Needs)

ผู้ป่วยมีอาการเจ็บป่วยเฉียบพลันหรือโรคเรื้อรังที่ต้องเข้ารับการรักษารวดเร็ว โรงพยาบาลเอกชนมักตอบสนองได้ทันเวลา ไม่ต้องรอนานเหมือนโรงพยาบาลรัฐ

1.2 ความสะดวกในการเข้ารับบริการ (Convenience)

สถานที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ระบบการจองคิวออนไลน์และการให้บริการแบบครบวงจร

1.3 ความซับซ้อนของปัญหาสุขภาพ (Complexity of Health Issue)

โรคหรืออาการบางอย่างต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย โรงพยาบาลเอกชนบางแห่งมีแพทย์เฉพาะทางและเทคโนโลยีที่สามารถรักษาคนไข้ได้

1.4 การรับรู้ถึงความแตกต่างของบริการ (Perceived Service Differentiation)

ผู้บริโภครับรู้ว่าการบริการโรงพยาบาลเอกชนแตกต่างจากโรงพยาบาลรัฐในเรื่องคุณภาพและการดูแลแบบส่วนตัวเช่น ความเอาใจใส่ของพนักงาน ความสะอาดของสถานที่ ความเป็นส่วนตัวในการให้บริการ

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการก็จะเริ่มหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ส่วนตัวหรือคำแนะนำจากครอบครัวหรือเพื่อน เว็บไซต์ของโรงพยาบาล รีวิวบนอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย การส่งเสริมการตลาดและโฆษณา

แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคใช้ ผู้บริโภคมักใช้แหล่งข้อมูลหลายรูปแบบในการประเมินโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่

2.1 ประสบการณ์ส่วนตัว (Personal Experience)

ผู้บริโภคที่เคยเข้ารับบริการโรงพยาบาลเอกชนมาก่อน จะมีข้อมูลและความมั่นใจในการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ

2.2 คำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อน (Word of Mouth / Referrals)

ความคิดเห็นของคนใกล้ชิดที่เคยใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก เช่น ประสบการณ์ด้านคุณภาพการรักษา การบริการของบุคลากร และความสะดวกของโรงพยาบาล

2.3 ช่องทางออนไลน์และสื่อสังคม (Online Sources & Social Media)

เว็บไซต์ของโรงพยาบาล: รายละเอียดแพทย์, แผนกเฉพาะทาง, การส่งเสริมการตลาด, รีวิวจากผู้ป่วยโซเชียลมีเดีย: Facebook, Instagram, YouTube, Line OA แพลตฟอร์มรีวิวและแอปพลิเคชันสุขภาพ: My MedPark, Touch Good Health, สมุดสุขภาพประชาชน (H4U)

2.4 สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising & Public Relations)

โฆษณาออนไลน์และออฟไลน์ โปสเตอร์ บทความในนิตยสารหรือสื่อสุขภาพกิจกรรมสาธารณสุข งานตรวจสุขภาพฟรี แคมเปญประชาสัมพันธ์

2.5 การให้คำปรึกษาจากบุคลากรทางการแพทย์ (Professional Consultation)

ผู้บริโภคมอาจสอบถามโดยตรงกับแพทย์เฉพาะทางหรือเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลเพื่อขอข้อมูลเกี่ยวกับการรักษา การตรวจวินิจฉัย หรือค่าใช้จ่าย

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ ตามเกณฑ์ที่ตนเองให้ความสำคัญ เช่น คุณภาพของแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ ความสะดวกในการให้บริการและสถานที่ตั้ง ค่าบริการและความคุ้มค่า ความทันสมัยของเครื่องมือและเทคโนโลยี การให้บริการแบบเป็นส่วนตัว (Privacy)

ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ประเมินทางเลือก ผู้บริโภคใช้เกณฑ์หลายด้านในการประเมินโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่

3.1 คุณภาพของแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ (Medical Quality and Staff Competence) ความเชี่ยวชาญของแพทย์เฉพาะทาง การมีประสบการณ์ในการรักษาโรคเฉพาะทักษะและความเอาใจใส่ของพยาบาลและเจ้าหน้าที่

3.2 ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ (Convenience and Accessibility) ระยะทางจากบ้านหรือที่ทำงาน ระบบจองคิวออนไลน์และเวลาให้บริการ การมีแผนกครบวงจรและการต่อเนื่องของการรักษา

3.3 ค่าใช้จ่ายและความคุ้มค่า (Cost and Value)

ราคาการตรวจหรือรักษา การมีโปรโมชั่นหรือแพ็คเกจสุขภาพ ความคุ้มค่าต่อบริการและคุณภาพที่ได้รับ

3.4 เทคโนโลยีและความทันสมัยของอุปกรณ์ (Technology and Modern Facilities)

เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ตรวจวินิจฉัยและรักษา ระบบการจัดการข้อมูลผู้ป่วยและความปลอดภัยของข้อมูล

3.5 การบริการแบบส่วนตัวและความเป็นส่วนตัว (Privacy and Personal Care)

การดูแลเอาใจใส่เฉพาะบุคคล การรักษาความลับของข้อมูลผู้ป่วย การให้บริการแบบไม่แออัดและลดเวลารอ

3.6 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาล (Reputation and

Trustworthiness)

รีวิวและคำแนะนำจากผู้ป่วยคนอื่น การรับรองคุณภาพจากหน่วยงานทางการแพทย์ การได้รับรางวัลหรือประกาศนียบัตรด้านบริการ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะเลือกโรงพยาบาลเอกชนที่ตรงกับความต้องการและให้ความมั่นใจสูงสุด เช่น การเลือกโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียงด้านเฉพาะทาง หรือมีประสบการณ์ในการรักษาโรคเฉพาะ การตัดสินใจอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก เช่น ความคิดเห็นของครอบครัว ความเร่งด่วนทางการแพทย์ หรือข้อจำกัดทางการเงิน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ได้แก่

4.1 คุณภาพและความเชี่ยวชาญของแพทย์ (Medical Expertise)

ผู้บริโภคมักเลือกโรงพยาบาลที่มีแพทย์เฉพาะทางที่มีประสบการณ์และชื่อเสียง

4.2 ความสะดวกและการเข้าถึง (Convenience)

การอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ระบบจองคิวออนไลน์และการบริการแบบครบวงจร

4.3 ค่าใช้จ่ายและความคุ้มค่า (Cost and Value)

ผู้บริโภคพิจารณาความเหมาะสมระหว่างราคากับคุณภาพการบริการ การมีโปรโมชั่นหรือแพ็คเกจสุขภาพสามารถเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจ

4.4 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาล (Reputation and

Trustworthiness)

รีวิวจากผู้ป่วยก่อนหน้า การรับรองคุณภาพจากหน่วยงานภาครัฐหรือสถาบันอิสระ

4.5 ปัจจัยภายนอก (External Factors)

ความคิดเห็นจากครอบครัว เพื่อน หรือผู้เชี่ยวชาญ ความเร่งด่วนของการรักษา เช่น อาการเจ็บป่วยเฉียบพลัน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) หลังจากได้รับบริการ ผู้บริโภคจะประเมินความพึงพอใจ หากประสบการณ์เป็นไปในทางบวก จะส่งผลต่อพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeat purchase) และการบอกต่อในเชิงบวก (Word of mouth) ในทางกลับกัน หากไม่พึงพอใจ อาจส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่นในอนาคต รูปแบบพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ได้แก่ ความพึงพอใจสูง (Satisfaction) หากผู้บริโภคพอใจกับบริการ จะเกิดพฤติกรรมใช้

บริการซ้ำ (Repeat Purchase) การบอกต่อเชิงบวก (Positive Word of Mouth) เช่น แนะนำเพื่อนหรือครอบครัวให้มาใช้บริการ ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หากประสบการณ์ไม่ตรงตามความคาดหวัง ผู้บริโภคอาจเปลี่ยนไปใช้บริการโรงพยาบาลอื่นอาจส่งผลต่อ การบอกต่อเชิงลบ (Negative Word of Mouth) ทำให้ชื่อเสียงโรงพยาบาลเสียหาย การประเมินผลเปรียบเทียบกับความคาดหวัง (Expectation vs. Perception) ผู้บริโภคจะประเมินว่าบริการตรงตามที่คาดหวังหรือไม่ตัวแปรนี้สามารถวัด ความพึงพอใจ และความภักดีต่อโรงพยาบาล (Loyalty)

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ได้แก่

5.1 คุณภาพการรักษาและบริการ (Service Quality)

ความแม่นยำในการวินิจฉัย ความเอาใจใส่และความใส่ใจของแพทย์และเจ้าหน้าที่

5.2 ความสะดวกและความรวดเร็ว (Convenience and Timeliness)

เวลารับบริการ การเข้าถึงบริการอย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อน

5.3 การสื่อสารและให้ข้อมูล (Communication)

ความชัดเจนในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรักษา การให้ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและขั้นตอนอย่างโปร่งใส

5.4 ค่าใช้จ่ายและความคุ้มค่า (Cost and Perceived Value)

การประเมินว่าราคาสอดคล้องกับคุณภาพและผลลัพธ์ที่ได้รับ

5.5 ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ (Trust and Confidence)

ความเชื่อมั่นในแพทย์และโรงพยาบาล ความมั่นใจว่าบริการมีมาตรฐานและปลอดภัย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑามาศ เหล่าพาณิชย์เจริญ ชีรวัช บุญยโสภณ และ ธัญญาทิพ พิชิตการคำ (2566) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเปิดใหม่ในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเปิดใหม่ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานหรือนุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด และให้ระดับความต้องการอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละด้าน ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเปิดใหม่ในกรุงเทพมหานคร ได้ให้ความสำคัญและระดับความต้องการในปัจจัยแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญเรื่องการมีเทคโนโลยีรองรับการให้บริการในหน่วยต่าง ๆ เช่น ระบบคิว ระบบการจ่ายยาที่ทันสมัย

ด้านราคา ค่าบริการคุ้มค่ากับคุณภาพการบริการที่ได้รับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลอยู่ในย่านที่สะดวกในการเดินทางมารักษา ด้านการส่งเสริมการตลาด การมีช่องทางโฆษณา ประชาสัมพันธ์ติดต่อสื่อสารหลากหลายช่องทางที่เข้าถึง ได้ง่าย เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือ สื่อสังคมออนไลน์ ด้านพนักงานหรือบุคลากร เจ้าหน้าที่บุคลากรให้ความช่วยเหลืออย่างดีด้วยความสุภาพ กระตือรือร้น ด้านลักษณะทางกายภาพ สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องตรวจแพทย์ ห้องน้ำ โซนพักคอย ที่รับยา ห้องการเงิน ด้านกระบวนการ การประสานงานระหว่างแผนกอย่างมีประสิทธิภาพ

ศรดา บุญสวัสดิ์ (2566) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลเอกชน จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้รับบริการ โรงพยาบาลเอกชน ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ และ ด้านกระบวนการ ผลการทดสอบ พบว่า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลเอกชน

เดชา ลลิตอนันต์พงศ์ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ของผู้ใช้บริการชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครภายหลังการเกิดระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดภาพรวม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายละเอียด รายด้าน ทั้ง 7 ด้าน สามารถจัดลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านบุคลากร/ผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ลำดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ลำดับที่ 3 ด้านสถานที่ ลำดับที่ 4 ด้านกระบวนการให้บริการ ลำดับที่ 5 ด้านสภาพแวดล้อม ลำดับที่ 6 ด้านความคุ้มค่าของราคา ลำดับที่ 7 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับสุดท้าย

ศิริลักษณ์ ชูดีเวทญ์ (2563) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการเข้าโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการเข้าโรงพยาบาลเอกชน โดยโรงพยาบาลมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพการรักษา และโรงพยาบาลมีบริการทางการแพทย์หลากหลาย เครื่องมือทางการแพทย์ที่ครบครัน ทันสมัย และมีบุคลากรทางการแพทย์มีชื่อเสียง และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการเข้าโรงพยาบาลเอกชน นอกจากนี้ โรงพยาบาลมีอาคารสถานที่ทันสมัย หรูหรา มีสภาพแวดล้อมที่สะอาดและสะดวกสบายและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ ธนาคาร ฯลฯ ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ 'ไม่มี
ผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการซ้ำโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น” ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการ ดังนี้

- 3.1 รูปแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การตรวจสอบเชิงสามเส้า

3.1 รูปแบบงานวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น

3.2 ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ที่มาเข้ารับการรักษา และวินิจฉัยโรค ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 30 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำถามในการสัมภาษณ์เป็นแบบปลายเปิด ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยลักษณะการสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งมีความยืดหยุ่นสูง ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และผู้ให้สัมภาษณ์ขณะนั้น แต่จะมีการตั้งคำถามไว้ล่วงหน้าแล้ว ซึ่งสามารถเพิ่มเติมคำถามได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากที่สุด สำหรับแบบ

สัมภาษณ์เน้นการตั้งคำถามให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์
- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านสถานที่
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 5) ด้านบุคลากรในการให้บริการ
- 6) ด้านกระบวนการให้บริการ
- 7) ด้านสภาพแวดล้อม

3.4 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีวิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.4.1 ศึกษา ค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย วารสาร บทความ สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการโรงพยาบาล เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแบบสัมภาษณ์

3.4.2 ศึกษารูปแบบ และวิธีการในการจัดทำแบบสัมภาษณ์จากตัวอย่างงานวิจัยต่างๆ แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดทำแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดไว้

3.4.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่จัดทำขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อ ตรวจสอบความถูกต้อง และให้คำแนะนำ และนำไปแก้ไข ปรับปรุง เพื่อให้แบบสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์ ครบถ้วน

3.4.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไข ปรับปรุงแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์ โดยการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงด้วยการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ Index of Item - Objective Congruence (IOC) โดยกำหนดค่าคะแนนไว้ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่า คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

0 เมื่อไม่แน่ใจว่า คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

-1 เมื่อแน่ใจว่า คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.4.5 นำค่า Index of Item - Objective Congruence (IOC) ที่ได้มาคำนวณ ได้ค่าเท่ากับ 0.97

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และจากการสังเกตการแสดงออกของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 30 คน โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ ประมาณ 20-30 นาที และเป็นการสัมภาษณ์แบบพบหน้า (Face - to Face) โดยมีการบันทึกเสียง ในการสัมภาษณ์

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ได้มาจากการค้นคว้าเพิ่มเติมจาก งานวิจัยของบุคคลอื่น บทความเชิงวิชาการ ตำรา และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เพื่อใช้เป็น แนวทางในการตั้งคำถามในการสัมภาษณ์

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) มีขั้นตอนการ วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.6.1 นำข้อมูลที่ได้มาสรุปจาก Keyword ที่ได้จากการสัมภาษณ์

3.6.2 สร้างรหัสคำ (Coding) และจัดหมวดหมู่

3.6.3 สรุปข้อมูลโดยหาความสัมพันธ์ของข้อมูล การเชื่อมโยงระหว่างกัน และมีการตัด ข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออก ทำให้ข้อมูลมีขนาดเล็กลง ให้เหลือเพียงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เท่านั้น

3.6.4 นำข้อมูลที่เหลือมาจัดกลุ่มใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

3.6.5 ประมวลผลข้อมูล จาก Keyword ที่ได้จัดกลุ่มใหม่เรียบร้อยแล้ว เพื่อนำไปอ้างอิง กับแนวความคิด ทฤษฎี โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ การนำข้อมูลที่ได้มา มาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาข้อสรุป

3.7 การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบเชิงสามเส้า (Data Triangulation) ก่อนนำข้อมูลไปวิเคราะห์ เป็นการเปรียบเทียบและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกัน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการโรงพยาบาลเกมราษฎร์ ประชาชื่น จำนวน 30 คน และการสังเกตปฏิบัติการขณะสัมภาษณ์ ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ มาเปรียบเทียบร่วมกัน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลมากขึ้น โดยผู้วิจัยได้เว้นช่วงเวลา 1 สัปดาห์ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์เพิ่มอีก 3 คน การตรวจสอบสามเส้าที่ได้ คือ สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 8 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านราคา
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานที่
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด
- 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลากรที่ให้บริการ
- 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกระบวนการให้บริการ
- 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม
- 4.9 ผลการตรวจสอบสามเส้า

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์จากผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 30 คน แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของผู้ให้สัมภาษณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 ด้านเพศ

ผู้ให้สัมภาษณ์ แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 12 คน และเพศหญิงจำนวน 18 คน

4.1.2 ด้านอายุ

อายุของผู้ให้สัมภาษณ์แบ่งกลุ่มเป็น ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 6 คน ช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 14 คน ช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 8 คน และ ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน

4.1.3 สถานภาพการสมรส

ผู้ให้สัมภาษณ์ มีสถานภาพโสด จำนวน 17 คน และสถานภาพสมรส จำนวน 13 คน

4.1.4 อาชีพ

ผู้ให้สัมภาษณ์มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 13 คน พนักงานราชการ จำนวน 5 คน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน ลูกจ้างทั่วไป จำนวน 3 คนและอาชีพอิสระ จำนวน 3 คน อื่นๆ จำนวน 2 คน

4.1.5 รายได้ต่อเดือน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังนี้ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน กลุ่มรายได้ 10,000–15,000 บาท จำนวน 8 คน กลุ่มรายได้ 15,000–20,000 บาท จำนวน 10 คน กลุ่มรายได้ 20,001–30,000 บาท จำนวน 6 คน และกลุ่มรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 3 คน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์

4.2.1 ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรักษา

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรักษามีผลต่อการให้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการให้บริการด้านการแพทย์และการรักษาพยาบาล มีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพของการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านความแม่นยำ ความสะดวก และความรวดเร็วในการวินิจฉัยและรักษาผู้ป่วย ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายกล่าวว่า เครื่องมือและระบบทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีส่วนช่วยลดระยะเวลาในการให้บริการและลดความผิดพลาดจากกระบวนการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังเห็นว่า เทคโนโลยีใหม่ช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ เพราะสะท้อนถึงความทันสมัยและความพร้อมของสถานพยาบาลในการให้บริการที่มีมาตรฐานระดับสูง การใช้เทคโนโลยีช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของแพทย์ได้อย่างถูกต้องมากขึ้น ลดความเสี่ยงจากการวินิจฉัยผิดพลาด และช่วยให้ผู้ป่วยได้รับการดูแลที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัยมากกว่าเดิม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบได้ในทุกขั้นตอนของการรักษา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ แต่ก็มีบางรายแสดงความกังวลเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่าย ที่อาจเพิ่มสูงขึ้น ทั้งในส่วนของการลงทุนจัดซื้ออุปกรณ์การบำรุงรักษาระบบ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนมองว่า หากโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลมีการคิดค่าบริการที่สูงขึ้นเพื่อชดเชยต้นทุนเทคโนโลยี อาจส่งผลให้ผู้มีรายได้น้อยไม่สามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ดีค่ะ จะได้มีการเช็คหรือตรวจสอบได้อย่างตรงจุดมากขึ้น อาจจะให้เห็นอะไรมากขึ้นจากเทคโนโลยีเก่าๆก็เอามาปรับปรุงให้ดีขึ้น น่าจะเข้าถึงได้ดีกว่าและตรวจรักษาได้ชัดเจนกว่า”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ดีค่ะ เพราะจะทำให้หลายๆอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้นค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “การที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการรักษามันก็ต้องดูงบประมาณของโรงพยาบาลที่นั่นๆด้วย งบประมาณเพียงพอที่จะรักษากับประชาชนเลเวลไหน มีทั้งคนที่ไม่มีเงินและมีเงิน และเรารู้ว่าเขาพอที่จะรักษาในหมวดหมู่เครื่องมือที่ใช้ค่าจ่ายสูงไหม ถ้ามีค่าใช้จ่ายที่เขาคิดว่าพอรักษาได้แล้วดีต่อเขา เขาก็ต้องยอมรับในเทคโนโลยีใหม่ๆที่โรงพยาบาลมี”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “เป็นเรื่องที่ดีครับ เดียวนี้เครื่องมือมันทันสมัยมันน่าจะตรวจวินิจฉัยได้ง่ายขึ้นแล้วก็ทำให้เรารู้เกี่ยวกับโรคที่เราเป็นได้ดีขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11 กล่าวว่า “เห็นด้วยค่ะ เพราะว่าสะดวกรวดเร็วบางอย่างก็ไม่ต้องเดินทางไปถึงโรงพยาบาลสามารถดูข้อมูลได้จากหน้าเว็บไซต์ก่อนได้”

4.2.2 ด้านการให้บริการที่ครบวงจร

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า การให้บริการที่ครบวงจรมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการให้บริการแบบครบวงจรของโรงพยาบาล โดยเห็นว่ารูปแบบการให้บริการลักษณะนี้ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ป่วยอย่างมาก เนื่องจากผู้รับบริการสามารถเข้ารับการตรวจ วินิจฉัย รักษา และทำหัตถการต่าง ๆ ได้ในสถานที่เดียว โดยไม่ต้องเดินทางไปหลายแผนกหรือหลายสถานพยาบาล ซึ่งช่วย ประหยัดเวลา ลดความยุ่งยาก และลดภาระในการเดินทาง โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่มีข้อจำกัดทางด้านร่างกาย ผู้สูงอายุ หรือผู้ที่ต้องเดินทางมาจากต่างจังหวัด ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายกล่าวว่า การให้บริการแบบครบวงจรช่วยให้กระบวนการรักษามี ความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากสามารถรับการดูแลจากทีมแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ที่ทำงานประสานกันในระบบเดียวกัน ผู้ป่วยไม่จำเป็นต้องนำผลตรวจหรือเอกสารจากที่อื่นมาประกอบการรักษาซ้ำซ้อน ทำให้ลดโอกาสเกิดความผิดพลาดของข้อมูล และช่วยให้แพทย์สามารถวินิจฉัยและวางแผนการรักษาได้รวดเร็วและแม่นยำขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้ป่วยรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของโรงพยาบาล เพราะเห็นถึงการจัดการที่เป็นระบบและครบถ้วนในทุกขั้นตอนของการบริการ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายได้เสนอแนะว่า แม้การให้บริการแบบครบวงจรจะเป็นแนวทางที่ดี แต่โรงพยาบาลควรให้ความสำคัญกับ การจัดการภายในเพื่อรองรับปริมาณผู้ใช้บริการจำนวนมาก เช่น การบริหารคิว การจัดสรรพื้นที่รอ การเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ และการให้ข้อมูลแนะนำอย่างเป็นระบบ เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดหรือความล่าช้าในบางช่วงเวลา โดยเฉพาะในโรงพยาบาลที่มีผู้เข้ารับบริการจำนวนมาก

การให้บริการแบบครบวงจรเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการเลือกใช้บริการของผู้ป่วย เนื่องจากช่วยอำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพของการรักษา และสะท้อนถึงคุณภาพการจัดการของโรงพยาบาล แต่ยังคงพัฒนาในด้านการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อการใช้งานจริงในสถานการณ์ที่มีปริมาณผู้ป่วยจำนวนมาก

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “คินะ ถ้ามันครบวงจรและหลากหลายแต่มันต้องครอบคลุมหลายๆด้าน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “จากที่เคยไปมา ก็ดีนะมันหล่นเวลาไปได้เยอะนะในแต่ละที่ใช้เวลาไม่เกิน 5 นาทีนะ พบหมอไวขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “อย่างเช่นถ้าเป็นการบริการของตัวบุคคลเช่นหมอ พยาบาลที่เขาารับเคส ผมคิดว่าถ้าเขามีงานว่างหรือไม่ว่าง ถ้าเขาว่างเขาก็จะมาบริการเราได้อย่างรวดเร็วและรักษาได้รวดเร็ว แต่ส่วนใหญ่ที่เจอจะเป็นการรอคิวมากกว่า”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “คล้ายๆกับข้อแรกนะ ถ้าบริการมันหลากหลายขึ้นคนก็น่าจะใช้บริการมากขึ้น ประมาณนี้ละ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “เป็นเรื่องที่ดีครับ โรงพยาบาลก็เป็นการแข่งขันแต่ละที่ก็อาจจะแข่งขันเรื่องการบริการถ้ามีบริการที่ครบวงจรก็สะดวกสบายและเป็นทางเลือกของผู้มาใช้บริการ”

4.2.3 ด้านการรักษาโรคที่ให้เลือกตามงบประมาณผู้ป่วย

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า การรักษาโรคที่ให้เลือกตามงบประมาณผู้ป่วยมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการจัดยาโรคที่มีทางเลือกตามงบประมาณของผู้ป่วย โดยเห็นว่าเป็นแนวทางที่ดีและเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของผู้รับบริการในปัจจุบัน เพราะช่วยให้ผู้ป่วยสามารถเข้าถึงการรักษาได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น แม้จะมีความแตกต่างด้านรายได้หรือสถานะทางเศรษฐกิจ การมีตัวเลือกยาที่หลากหลาย ทั้งยาต้นแบบ (Original Drug) และยาสามัญ (Generic Drug) จึงถือเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับหลักความเท่าเทียมทางสุขภาพ (Health Equity) ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายกล่าวว่า ทางเลือกของยาตามงบประมาณช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยหรือผู้ที่ต้องรักษาโรคเรื้อรังเป็นระยะเวลานาน ซึ่งต้องใช้ยาต่อเนื่อง การมีทางเลือกในราคาที่เหมาะสมช่วยให้ผู้ป่วยสามารถปฏิบัติตามแผนการรักษาได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ต้องหยุดยากลางคันเนื่องจากปัญหาทางการเงิน นอกจากนี้ ยังช่วยลดอัตราการกลับมาเป็นซ้ำของโรค และส่งเสริมให้ผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระยะยาว

โดยผู้ให้สัมภาษณ์บางกลุ่มได้แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า แม้การจัดยาตามงบประมาณจะเป็นสิ่งที่ดี แต่สิ่งสำคัญคือ ความเท่าเทียมและคุณภาพของยาในแต่ละระดับราคาควรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสิทธิภาพของยา โดยเห็นว่าผู้ป่วยทุกคนควรได้รับยาที่มีมาตรฐาน ผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) และให้ผลการรักษาที่ปลอดภัยไม่ต่างกัน เพื่อลดความรู้สึกเหลื่อมล้ำทางคุณภาพการรักษาและสร้าง

ความมั่นใจให้แก่ผู้ป่วย ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายแสดงความกังวลว่า การมีทางเลือกยาตามงบประมาณอาจทำให้เกิด ความเหลื่อมล้ำทางคุณภาพยา ได้ หากไม่มีการสื่อสารที่ชัดเจนระหว่างบุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วย เช่น ผู้ป่วยบางรายอาจเข้าใจว่ายาที่มีราคาถูกกว่ามีคุณภาพด้อยกว่า หรือในทางกลับกัน อาจเกิดความไม่มั่นใจในการใช้ยาทางเลือก ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ป่วยปฏิเสธการรักษาหรือหยุดยาเองได้

อย่างไรก็ตาม การมีทางเลือกยาที่เหมาะสมตามงบประมาณช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยได้จริง โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยหรือผู้ที่ต้องรักษาโรคเรื้อรังต่อเนื่อง การมียาในราคาที่เอื้อมถึงทำให้ผู้ป่วยสามารถปฏิบัติตามแผนการรักษาได้อย่างต่อเนื่อง ลดโอกาสการหยุดยาเอง และลดอัตราการกลับมาเป็นซ้ำ ส่งผลให้ผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระยะยาว ซึ่งสะท้อนว่าการมีทางเลือกด้านราคาเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อโรงพยาบาล

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ดีค่ะเข้าถึงได้หลายอย่าง งบประมาณแต่ละคนไม่เท่ากัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ดีนะครับ จะได้แบ่งเบาภาระของผู้ป่วย ด้วยงบประมาณของผู้ป่วยไม่เท่ากันประมาณนี้ครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 13 กล่าวว่า “คิดว่ามันเหมือนแบบจะแบ่งกันไป มีเงินหรือไม่มีเงินก็น่าจะใช้ยาแบบเดียวกัน การรักษาโรคก็คือจำเป็น ไม่น่าจะแบ่งเรื่องพวกนี้ค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 22 กล่าวว่า “ช่วงนี้เศรษฐกิจไม่ค่อยดี มันมีคนมาก่อนข้างที่จะไม่มีเงินกับมีเงินถ้าเขาสามารถเลือกตรงนี้ได้แล้วมีผลกับร่างกายเขา ก็ดีมากค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 30 กล่าวว่า “มันก็ถูกต้องนะมันก็แฟร์ แต่ถึงตัวยาจะถูกก็ต้องมีคุณภาพด้วยเหมือนกันไม่ว่าถูกแล้วไม่มีคุณภาพ”

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านราคา

4.3.1 ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ค่าใช้จ่ายในการรักษามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีมุมมองว่า ค่าบริการทางการแพทย์ที่ได้รับจากโรงพยาบาลถือว่ามีความ คุ่มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพของการรักษาและการบริการที่ได้รับ เฉพาะในกรณีที่ผู้ป่วยได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากทีมแพทย์และพยาบาล ได้รับการวินิจฉัยที่ถูกต้องรวดเร็ว และสามารถฟื้นฟูหรือหายจากอาการเจ็บป่วยได้จริง ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายกล่าวว่า เมื่อผลลัพธ์ของการรักษาเป็นที่น่าพึงพอใจ การจ่ายค่าบริการในระดับที่สูงกว่ามาตรฐานทั่วไปก็ยังถือว่าคุ้มค่า เพราะสิ่งที่ได้รับกลับมาคือสุขภาพที่ดีขึ้น ความมั่นใจในคุณภาพของโรงพยาบาล และความรู้สึกปลอดภัยจากการได้รับบริการที่ได้มาตรฐาน ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนยังกล่าวถึง คุณค่า

ทางจิตใจและประสบการณ์ของการรับบริการ ว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความคุ้มค่าเช่นกัน เช่น การได้รับการต้อนรับที่ดี การสื่อสารของบุคลากรทางการแพทย์ที่ให้ข้อมูลชัดเจน เข้าใจง่าย และมีความใส่ใจต่อความรู้สึกของผู้ป่วย ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าค่ารักษาที่จ่ายไปไม่ใช่เพียงแค่ค่าใช้จ่ายทางกายภาพ แต่ยังรวมถึงคุณค่าด้านจิตใจและความสบายใจที่ได้รับระหว่างการรักษาด้วย ซึ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการของโรงพยาบาล แต่ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์บางรายแสดงความกังวลเกี่ยวกับระดับราคาค่าบริการ โดยเฉพาะในกรณีที่ค่ารักษาพยาบาลมีราคาสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ หรือมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ไม่ได้รับการชี้แจงล่วงหน้า ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มนี้เสนอว่า โรงพยาบาลควรมีการ อธิบายรายละเอียดของค่าบริการอย่างชัดเจนและโปร่งใส เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าใจถึงที่มาของค่าใช้จ่าย เช่น ค่าตรวจทางห้องปฏิบัติการ ค่าบริการแพทย์เฉพาะทาง หรือค่าการใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความซับซ้อน การให้ข้อมูลอย่างละเอียดตั้งแต่ขั้นตอนก่อนเข้ารับบริการจะช่วยลดความเข้าใจคลาดเคลื่อน และสร้างความไว้วางใจในกระบวนการคิดค่าบริการของโรงพยาบาล

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “มันขึ้นอยู่กับว่าถ้าเรารักษาหายมันก็คุ้มค่า แต่ถ้าไปแล้วเราไม่ดีขึ้นคนก็จะรู้สึกว่าไม่คุ้มค่านะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “คุ้มค่าครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11 กล่าวว่า “ถ้าถามว่าคุ้มค่าไหมก็คิดว่ามีราคาสูงไปนิดนึงค่ะ แต่ถ้าแลกกับเวลาการบริการที่รวดเร็วสมกับราคาค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16 กล่าวว่า “ผมอยากให้ปรับราคาค่าตรวจให้ลดลงหน่อยสำหรับคนที่ไม่มีเงินครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 23 กล่าวว่า “ก็คุ้มค่านะค่ะ แต่อาจจะแล้วแต่เคส masing”

4.3.2 ด้านค่าตรวจวินิจฉัยโรค

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ค่าตรวจวินิจฉัยโรคมีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ค่าบริการตรวจวินิจฉัยโรคของโรงพยาบาลมีความเหมาะสมกับมาตรฐานของเครื่องมือและกระบวนการตรวจที่ใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัยและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความละเอียดสูง เช่น เครื่องเอกซเรย์คอมพิวเตอร์ (CT Scan), เครื่องตรวจคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (MRI), เครื่องอัลตราซาวด์ความละเอียดสูง รวมถึงการตรวจทางห้องปฏิบัติการที่มีความซับซ้อน จำเป็นต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงตามกระบวนการตรวจที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางและเทคโนโลยีที่มีความแม่นยำสูง ผู้ให้สัมภาษณ์จึงเห็นว่าการตั้งราคาค่าตรวจที่สอดคล้องกับคุณภาพและประสิทธิภาพของเครื่องมือถือเป็นเรื่องสมเหตุสมผล ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายยังกล่าวว่า การตรวจวินิจฉัยด้วยเครื่องมือที่ทันสมัยช่วยเพิ่ม ความแม่นยำในการ

วินิจฉัยโรคและการรักษาอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความปลอดภัยของผู้ป่วย และช่วยลดระยะเวลาในการรักษา ตัวอย่างเช่น การตรวจ MRI สามารถช่วยให้แพทย์มองเห็นความผิดปกติภายในร่างกายได้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถวางแผนการรักษาได้ตรงจุดและลดความเสี่ยงจากการวินิจฉัยผิดพลาด ดังนั้น แม้ค่าตรวจบางรายการจะมีราคาสูง แต่หากผลลัพธ์ของการตรวจมีความน่าเชื่อถือและช่วยให้รักษาได้อย่างถูกต้อง ก็ถือว่าคุ้มค่างับค่าใช้จ่ายที่ต้องชำระ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนได้แสดงความเห็นว่า แม้ค่าตรวจจะเหมาะสมกับมาตรฐานเครื่องมือและบริการ แต่ โรงพยาบาลควรกำหนดมาตรฐานราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงบริการตรวจวินิจฉัยโรคที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายเสนอว่า ควรมีระบบสนับสนุน เช่น การจัดส่วนลด การใช้สิทธิ์ประกันสุขภาพ หรือการจัดแพ็คเกจค่าตรวจในราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มียารายได้จำกัด เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ป่วยบางกลุ่มหลีกเลี่ยงการตรวจที่จำเป็นเนื่องจากภาระค่าใช้จ่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ถ้าเป็นโรงพยาบาลเอกชนก็รู้ๆ อยู่ นะครับ เขามีเลทของเขายู่มั่นก็สูงไป แต่ถ้าเป็นโรงพยาบาลทั่วไปเขาก็น่าจะเอื้อให้ประชาชนในหลายๆ ด้าน ในการใช้เงิน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 12 กล่าวว่า “เหมาะสมสำหรับการตรวจเบื้องต้น แล้วแต่โรคนะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18 กล่าวว่า “ค่าตรวจสำหรับบางคนที่มีรายได้น้อยถ้าจะมาใช้บริการเค้าจะไม่กล้าเข้ามาใช้เลยในส่วนของการค่าบริการที่เค้าใช้แต่ละครั้ง”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 20 กล่าวว่า “ขึ้นอยู่กับแต่ละโรคอย่างของพี่ พี่คิดว่าเหมาะสมค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 24 กล่าวว่า “น่าจะเหมาะสมอยู่นะคะ เพราะว่าตัวพี่เองใช้ประกันสังคมก็เลยไม่รู้ว่ค่าตัวเท่าไร”

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานที่

4.4.1 ด้านความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า โรงพยาบาลมีความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ โรงพยาบาลตั้งอยู่ในเขตเมืองหรือบริเวณที่มีระบบคมนาคมสาธารณะเข้าถึงได้ง่าย ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายกล่าวว่า โรงพยาบาลตั้งอยู่ในทำเลที่ดี สามารถเดินทางได้สะดวกทั้งโดยรถส่วนตัวและระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้าง รวมถึงรถไฟฟ้าบีทีเอสและเอ็มอาร์ที ซึ่งมีสถานีอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล ทำให้ผู้ป่วยและญาติสามารถเดินทางมารับบริการได้โดยไม่ยุ่งยาก แม้ไม่มีรถส่วนตัวก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายกล่าวเพิ่มเติมว่า ความสะดวกในการเดินทางนี้มีผลโดยตรงต่อ การตัดสินใจเลือกมาใช้บริการของโรงพยาบาล เพราะช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ป่วย

สามารถตามนัดหมายของแพทย์ได้ตรงเวลา โดยเฉพาะในกรณีของผู้ป่วยเรื้อรังที่ต้องเข้ารับการรักษาอย่างต่อเนื่อง การมีระบบขนส่งสาธารณะที่ครอบคลุมจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้รับบริการเข้าถึงระบบสาธารณสุขได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ แม้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเห็นว่าการเดินทางมารับบริการมีความสะดวก แต่ก็มีบางราย สะท้อนปัญหาการจราจรติดขัดในบางช่วงเวลา โดยเฉพาะในช่วงเวลาเร่งด่วนเช้าและเย็น ซึ่งอาจทำให้ผู้รับบริการใช้เวลาในการเดินทางนานกว่าปกติ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายที่ไ้รถยนต์ส่วนตัวระบุว่า ปัญหาการหาที่จอดรถภายในโรงพยาบาลหรือบริเวณโดยรอบยังคงเป็นอุปสรรค โดยเฉพาะในวันที่มีผู้มารับบริการจำนวนมาก ซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้าและความไม่สะดวกในกระบวนการเข้ารับบริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “โรงพยาบาลอยู่ในตัวเมืองก็ดีละแต่มีปัญหาจอดรถ เส้นทางไปโรงพยาบาลมันแออัดละ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 12 กล่าวว่า “สะดวก เพราะว่ามิตั้งรถเมล์เข้าถึงง่าย ในพื้นที่ที่ที่อยู่มันเดินทางได้สะดวก สำหรับพี่”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16 กล่าวว่า “อาจจะไม่สะดวกสำหรับคนบ้านไกล อยากให้มีรถประจำทางมากขึ้นกับการมาโรงพยาบาลครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 20 กล่าวว่า “อย่างที่มีรถยนต์ส่วนตัวก็เดินทางสะดวกอาจจะมารถติดบ้างแต่ก็ไม่ใช่ปัญหาสำหรับพี่ละ ยังไงก็ต้องเผื่อเวลาอยู่แล้ว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 22 กล่าวว่า “ปานกลาง ถ้ามีรถก็สะดวกแต่ถ้าคนไม่มีรถต้องใช้รถรับจ้างก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม”

4.4.2 ด้านความเพียงพอของที่จอดรถ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความเพียงพอของที่จอดรถมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า พื้นที่จอดรถของโรงพยาบาลมีความเพียงพอและมีการจัดระเบียบที่ดี มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการจอดรถอย่างเป็นระบบ มีป้ายบอกทิศทางชัดเจน และมีการจัดพื้นที่แยกสำหรับบุคลากรและผู้รับบริการ ซึ่งช่วยลดความสับสนในการใช้งาน ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายกล่าวว่า “รู้สึกสะดวกเพราะมีพนักงานคอยดูแลและแนะนำจุดจอด ทำให้ไม่ต้องวนหาที่นานเหมือนบางโรงพยาบาล” นอกจากนี้ โรงพยาบาลยังมีการรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตรวจตราตลอดเวลา ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจในการนำรถมาจอด มีผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนแสดงความคิดเห็นว่า พื้นที่จอดรถยังไม่เพียงพอในบางช่วงเวลา โดยเฉพาะช่วงเช้าหรือวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้มารับบริการจำนวนมาก เช่น ผู้ป่วยนัดตรวจตามแพทย์เฉพาะทาง หรือผู้ปกครองที่พาบุตรหลานมาตรวจสุขภาพ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายระบุว่า “บางครั้งต้องวนหาที่จอดนานเกิน 15 นาที” หรือ “ต้องไป

จุดในพื้นที่นอกโรงพยาบาลซึ่งไม่ค่อยสะดวกและเสี่ยงต่อความปลอดภัย” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความหนาแน่นของผู้รับบริการส่งผลโดยตรงต่อความสะดวกในการเข้าถึงบริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “เพียงพอค่ะ มีที่จอดและมีการจัดระเบียบการจอดรถดีมากค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ถ้าตอนนี้ดูจากปริมาณผู้ป่วยก็อาจจะน้อยไปค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 15 กล่าวว่า “ยังไม่เพียงพอค่ะ รู้สึกว่ายังน้อยไปค่ะ แต่เข้าใจได้ค่ะว่าสถานที่กับผู้ใช้บริการจำนวนมาก”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18 กล่าวว่า “ไม่น่าจะเพียงพอ ด้วยจำนวนของผู้ใช้บริการมันเยอะแต่ที่จอดรถอย่างน้อยอยากให้ปรับเรื่องที่จอดรถให้มากกว่านี้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 26 กล่าวว่า “ไม่ค่อยพอค่ะแน่นมาก แล้วแต่จังหวะ ด้วยค่ะว่ามาช่วงไหน”

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด

4.5.1 ด้านโครงการตรวจรักษาราคาพิเศษช่วงเทศกาล

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า โครงการตรวจรักษาราคาพิเศษช่วงเทศกาลมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่าเป็นเรื่องที่ดีต่อโครงการตรวจรักษาราคาพิเศษช่วงเทศกาล เป็นแนวทางและมีประโยชน์ต่อประชาชนในวงกว้าง เนื่องจากโครงการลักษณะนี้ช่วยเปิดโอกาสให้ผู้คน โดยเฉพาะผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อย ได้เข้ารับบริการตรวจสุขภาพในราคาที่เหมาะสม ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายระบุว่า ช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ หรือวันแม่ เป็นช่วงเวลาที่ครอบครัวมักรวมตัวกัน ทำให้ลูกหลานสามารถพาผู้สูงอายุหรือสมาชิกในครอบครัวเข้ารับการตรวจสุขภาพได้สะดวกยิ่งขึ้น จึงถือเป็นการ ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Health Behavior) ในสังคม ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ยังเห็นว่าโครงการตรวจสุขภาพราคาพิเศษช่วย กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการตรวจร่างกายประจำปี และเป็นแรงจูงใจให้ผู้ที่ไม่เคยตรวจสุขภาพมาก่อนเริ่มต้นดูแลสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจของโรงพยาบาลต่อสุขภาพของประชาชน ไม่เพียงแต่ในเชิงธุรกิจ แต่ยังมุ่งเน้นด้านสังคมและการส่งเสริมสุขภาพของชุมชน ทำให้โรงพยาบาลได้รับการมองในแง่บวกมากขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายกล่าวว่า “รู้สึกที่โรงพยาบาลไม่ได้คิดแค่เรื่องกำไร แต่ให้ออกาสคนทั่วไปเข้าถึงบริการในราคาที่จ่ายได้” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีผลโดยตรงต่อ ภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นของประชาชนต่อโรงพยาบาล นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนยังมองว่า โครงการลักษณะนี้ช่วยสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนและผู้ใช้บริการ เนื่องจากโรงพยาบาลได้แสดงบทบาทในการคืนกำไรสู่สังคม และช่วยให้

ประชาชนรู้จักบริการต่าง ๆ ของโรงพยาบาลมากขึ้นในทางอ้อม ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ และกระตุ้นให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ดิฉัน ถ้ามีโครงการนี้มันเป็นเทศกาลแล้วอัตราการเกิดอุบัติเหตุเยอะ เวลาคนเดินทางกลับต่างจังหวัด แล้วบางคนเขาอาจจะป่วยเยอะก็ไม่ได้มีเงินที่จะรักษามากขนาดนั้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ดีครับ ทำให้ผู้ใช้บริการทุกคนมีความรู้สึกดีกับสิ่งที่ได้รับครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 17 กล่าวว่า “อันนี้ดีค่ะจะได้ลดค่าใช้จ่ายในการตรวจแต่ละครั้ง”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 22 กล่าวว่า “ดีค่ะ ก็เหมือนกับว่าเราได้พาคนที่เรารักไปรักษาเพิ่มแล้ว ค่าใช้จ่ายลดลงก็ดีมากค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 29 กล่าวว่า “ก็ถูกให้หมดไปเลยก็ได้ค่ะ ไม่ต้องมีแค่ช่วงเทศกาลมีทุกวันนี้จะดีกว่า เอาจริงเรื่องของการเป็นโรคหรือป่วยมันขึ้นอยู่กับเทศกาล”

4.5.2 ด้านการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นว่า การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการมีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างมาก เพราะช่วยให้ผู้รับบริการทราบถึงสิทธิที่ตนมีอยู่และสามารถใช้ประโยชน์จากสิทธินั้นได้อย่างเต็มที่ ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายระบุว่า การประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ทำให้ผู้ป่วยสามารถ ตัดสินใจเข้ารับบริการ ได้ง่ายขึ้นและมั่นใจในการใช้สิทธิ์ โดยไม่ต้องเสียเวลาและความยุ่งยากในการสอบถามข้อมูลเอง ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนให้ตัวอย่างว่า การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ช่วยให้ผู้ป่วยทราบข้อมูลสำคัญ เช่น สิทธิการใช้ ประกันสังคม สิทธิประกันสุขภาพถ้วนหน้า สิทธิส่วนลดค่าใช้จ่าย หรือโปรแกรมตรวจสุขภาพ ราคาพิเศษ ซึ่งช่วยลดความกังวลด้านค่าใช้จ่ายและทำให้ผู้ป่วยสามารถวางแผนการรักษาได้อย่างรอบคอบ อีกทั้งยังส่งผลให้ผู้รับบริการเข้าถึงการรักษาได้ตรงตามสิทธิ์ที่ตนมีจริง ลดความสูญเสียทางด้านเวลาและทรัพยากร ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายชี้ว่า การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ที่ดีไม่เพียงแค่เป็นประโยชน์ต่อผู้ป่วย แต่ยัง สร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงพยาบาล เพราะผู้รับบริการเห็นว่าโรงพยาบาลใส่ใจและให้ข้อมูลอย่างโปร่งใส ทำให้ผู้ป่วยรู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างครบวงจรและมีความเป็นธรรม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “เป็นประโยชน์ค่ะ ตัวพี่มีประกันสังคมและอื่นๆ จะได้รู้ข่าวสารด้วยค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ดีครับ ผมเคยเห็นป้ายโฆษณาใหญ่ๆคิดว่าสิทธิประกันสังคมสามารถรักษาที่นี่ได้ สิทธิข้าราชการก็มาที่นี่ได้ พอเข้าลิฟท์ก็จะมีโปรโมชันติดอยู่”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 13 กล่าวว่า “เป็นประโยชน์ค่ะ เพราะว่าตอนนี้โลกออนไลน์อะค่ะก็ถือครอบคลุมทั้งหมดเลยคะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18 กล่าวว่า “อย่างประกันสังคมเราชำระไปเราใช้ไม่คุ้มเพราะบางทีให้การรักษาไม่คุ้มกับที่เราจ่ายไป”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 27 กล่าวว่า “ถ้าตรวจประกันสังคมถ้าคนอยู่ในระดับพื้นฐานในระดับบ้านๆก็ถือว่าโอเคอยู่ในระดับหนึ่งก็ถือว่าดี”

4.5.3 ด้านความหลากหลายของบริการตรวจและรักษา

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความหลากหลายของบริการตรวจและรักษามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อความหลากหลายของบริการตรวจและรักษาที่โรงพยาบาลจัดให้ โดยเห็นว่าการมีบริการที่ครอบคลุมและครบวงจรเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาล และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุม ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า โรงพยาบาลมีบริการตรวจวินิจฉัยและการรักษาที่หลากหลาย ครอบคลุมตั้งแต่การตรวจทั่วไปจนถึงการรักษาเฉพาะทาง เช่น การตรวจทางห้องปฏิบัติการ การตรวจภาพรังสี การตรวจคลื่นหัวใจ และบริการทางด้านเวชศาสตร์เฉพาะทาง ซึ่งช่วยให้ผู้รับบริการสามารถรับการดูแลทางการแพทย์ได้ครบถ้วนภายในสถานพยาบาลเดียว โดยไม่จำเป็นต้องถูกส่งต่อไปยังโรงพยาบาลอื่น ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายให้เหตุผลว่า ความหลากหลายของบริการภายในโรงพยาบาลช่วย ลดความยุ่งยากในการประสานงาน และประหยัดเวลาในการรับบริการ เพราะสามารถตรวจและรักษาภายในสถานที่เดียว ตั้งแต่กระบวนการคัดกรอง วินิจฉัย ไปจนถึงการรักษาและติดตามผล ทำให้ผู้ป่วยรู้สึกอุ่นใจและมั่นใจในคุณภาพของการดูแลทางการแพทย์ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายกล่าวว่า “รู้สึกสะดวกมาก เพราะมาตรวจที่เดียวสามารถรู้ผลและรับคำแนะนำจากแพทย์ครบ ไม่ต้องไปหลายโรงพยาบาล” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความครบวงจรของบริการส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ก็ถ้าเป็นอย่างนั้นได้มันก็ดี แต่เราต้องเข้าใจว่าโรงพยาบาลบางที่เขาไม่รับรองเครื่องมือที่ราคาแพงเกินไป ถ้าใช้ทุนสูงเกินไปไปปรึกษาคนที่ไม่มีเงินเขาก็มีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่าย แต่โรงพยาบาลทุกที่ไม่อยากให้ตัวเองขาดทุน ต้องพัฒนาโรงพยาบาลของตัวเอง”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “มันก็ทำให้เราสามารถมาตรวจหรือรักษาในที่เดียวจบครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16 กล่าวว่า “ดีมากเลยครับ เราสามารถรักษาได้หลากหลาย ก็คือมาที่เดียวไม่ต้องไปปรึกษาที่อื่นอีกครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 21 กล่าวว่า “ในส่วนหนึ่ง เพราะว่าเวลาไปตรวจสามารถตรวจได้ครอบคลุมหมดเลย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 30 กล่าวว่า “ก็ดีค่ะเพราะที่ก็มาตรวจสุขภาพใหญ่ทุกปีที่นี่อยู่แล้ว”

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลากรที่ให้บริการ

4.6.1 ด้านความเชี่ยวชาญของแพทย์

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความเชี่ยวชาญของแพทย์มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ และให้ความเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญของแพทย์ สามารถให้คำวินิจฉัยและคำแนะนำได้ตรงจุด ตรงตามอาการและปัญหาสุขภาพของผู้ป่วย ทำให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจและรู้สึกปลอดภัยในการเข้ารับการรักษา ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายระบุว่า ประสบการณ์และความรู้เชิงวิชาการของแพทย์ช่วยให้การวินิจฉัยรวดเร็วและแม่นยำ ทำให้สามารถวางแผนการรักษาที่เหมาะสมและลดความเสี่ยงจากการวินิจฉัยผิดพลาด ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายยังเห็นว่า ความเชี่ยวชาญของแพทย์ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ เช่น การอธิบายอาการและขั้นตอนการรักษาอย่างละเอียด การให้คำปรึกษาที่เข้าใจง่าย และการตอบคำถามของผู้ป่วยหรือญาติอย่างชัดเจนและเป็นมิตร ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ป่วยเกิดความมั่นใจในคุณภาพการรักษาและเกิดความรู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างทั่วถึง อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายสะท้อนว่า ความเชี่ยวชาญของแพทย์อาจแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแพทย์แต่ละรุ่น เช่น แพทย์อาวุโสที่มีประสบการณ์ยาวนานอาจมีความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการวินิจฉัยโรคเฉพาะทางสูง แต่บางครั้งอาจใช้เวลานานในการอธิบายขั้นตอนการรักษา หรือเน้นแนวทางดั้งเดิม ในขณะที่แพทย์รุ่นใหม่อาจมีความรู้ด้านเทคโนโลยีและแนวทางการรักษาใหม่ๆ แต่ยังคงขาดประสบการณ์ในการจัดการโรคซับซ้อนบางประเภท ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายจึงเสนอว่า ควรมี การผสมผสานทีมแพทย์ที่มีประสบการณ์และแพทย์รุ่นใหม่ เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับทั้งความเชี่ยวชาญ ความทันสมัย และการอธิบายที่เข้าใจง่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “แพทย์ไทยเก่งนะ แต่ว่าประสบการณ์ หมอรุ่นใหม่ๆผมไม่มั่นใจว่าเก่งหรือไม่เก่งแต่ผมว่ารุ่นก่อนๆที่ดูแลคนไทยมา 10-30 ปี เขาเก่งนะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ความเชี่ยวชาญต้องมีแน่นอนครับ เขาเป็นหมอก็ต้องมีความเชี่ยวชาญอยู่แล้ว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 17 กล่าวว่า “มีความเชี่ยวชาญนะค่ะ เพราะว่าเค้าก็เป็นแพทย์ในการรักษา เค้าก็จบมาจากด้านนี้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 20 กล่าวว่า “แน่นอนค่ะการเลือกโรงพยาบาลที่เราจะเข้ารับการรักษา ต้องมั่นใจในตัวแพทย์ แพทย์เขาต้องมีความเชี่ยวชาญในระดับของเขา”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 27 กล่าวว่า “อันนี้ก็ขึ้นอยู่กับโรคที่เป็นหรือ ว่าคุณหมอเค้าจบเฉพาะทาง มาหรือเปล่า”

4.6.2 ด้านความเอาใจใส่และกระตือรือร้นของแพทย์

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความเอาใจใส่และกระตือรือร้นของแพทย์มีผลต่อการเข้าใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นของแพทย์ เพราะแพทย์มีความใส่ใจในผู้ป่วยทั้งในด้านการสอบถามอาการอย่างละเอียด การฟังความกังวลของผู้ป่วย และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษา อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายกล่าวว่า แพทย์มีท่าทีสุภาพ อ่อนน้อม และให้ความรู้สึกว่าคุณป่วยเป็นบุคคลสำคัญ ไม่ใช่เพียงหมายเลขเคสหรือผู้ป่วยทั่วไป ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายชี้ว่า ความเอาใจใส่ของแพทย์สามารถสร้างความมั่นใจและความอุ่นใจให้แก่ผู้ป่วย ผู้ป่วยรู้สึกว่าจะได้รับการดูแลอย่างจริงใจและใส่ใจต่อสุขภาพของตนเอง ทำให้เกิดความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อโรงพยาบาล รวมทั้งเพิ่มความเต็มใจในการปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์ เช่น การรับยา การปรับพฤติกรรม หรือการนัดมาตรวจติดตามผล ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายสะท้อนว่า ภาระงานของแพทย์อาจส่งผลต่อความเอาใจใส่ในบางกรณี เช่น ในช่วงเวลาที่มีผู้ป่วยหนาแน่น แพทย์อาจต้องเร่งดำเนินการตามคิว จึงอาจทำให้เวลาที่ใช้กับผู้ป่วยแต่ละคนสั้นลง ความเอาใจใส่ในรายละเอียดบางส่วนลดลง หรือบางครั้งการสื่อสารอาจไม่ได้ละเอียดเท่าที่ควร

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 27 ให้ความเห็นว่า “อันนี้ก็ธรรมดาเนอะ เพราะว่า อย่างที่ดูๆพอลงถึงคิวตรวจก็ตรวจตามปกติไม่ได้มีความกระตือรือร้นหรือรวดเร็ว” ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการให้แพทย์ยังคงสามารถ ประสานความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นแม้ในช่วงเวลาที่มีผู้ป่วยหนาแน่น

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “กระตือรือร้นมากค่ะ มาถึงโรงพยาบาลก็จะมีพยาบาลมาให้บริการและตรวจละเอียดมากค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 12 กล่าวว่า “มันก็ต้องมีเพราะมันเป็นการปฏิบัติงานของเขา เขาก็ตรวจตามอาการมันเป็นหน้าที่ของเขาอยู่แล้ว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 13 กล่าวว่า “ดีค่ะ ดีทุกอย่างเลย ถ้าเป็นในส่วนแพทย์เพราะว่าเค้าก็รักษาตามขั้นตอนของเค้าว่ามันต้องอะไรยังไงบ้างค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 15 กล่าวว่า “เอาใจใส่มากดีค่ะ ก่อนข้างถามละเอียดและตรวจละเอียดค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 25 กล่าวว่า “ถ้าแบบจ่ายเองก็ใช่ แต่ถ้าประกันสังคมเค้าก็รีบก็ต้องทำเวลา”

4.6.3 ด้านการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์เกือบทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล โดยเห็นว่าพนักงานและเจ้าหน้าที่มีความตั้งใจในการช่วยเหลือผู้รับบริการ มีการแนะนำขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน และคอยพาผู้ป่วยไปยังจุดบริการที่ถูกต้อง ทั้งนี้ การอำนวยความสะดวกเหล่านี้มีความสำคัญต่อการลดความสับสนและความยุ่งยากสำหรับผู้รับบริการ โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ผู้ป่วยที่มีข้อจำกัดทางร่างกาย หรือผู้ที่มาใช้บริการครั้งแรก ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายให้ความเห็นว่า การที่เจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำและพาผู้ป่วยไปยังแผนกหรือจุดบริการที่เหมาะสมช่วยให้ผู้ป่วย ประหยัดเวลาและลดความเครียด เพราะไม่ต้องเสียเวลาสอบถามหรือเดินวนหาสถานที่เอง นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ยังมีความสุภาพ อ่อนน้อม และสามารถตอบคำถามผู้รับบริการได้อย่างใจเย็น ทำให้ผู้ป่วยเกิดความรู้สึก มั่นใจและได้รับการดูแลอย่างทั่วถึง ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายกล่าวว่า “เจ้าหน้าที่ช่วยอธิบายทุกขั้นตอนและพาไปแผนกต่าง ๆ ทำให้รู้สึกสบายใจและไม่สับสน” นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายชี้ว่า การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ยังช่วย สร้างความประทับใจแรกพบ (First Impression) ให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ป่วยมารับบริการครั้งแรกหรือมาพร้อมผู้สูงอายุ การได้รับการดูแลและช่วยเหลืออย่างรวดเร็วและเป็นมิตรส่งผลต่อความรู้สึกเชิงบวกต่อโรงพยาบาลและเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการ

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายสะท้อนว่า บางช่วงเวลาที่มียุทธบริการจำนวนมาก อาจทำให้เจ้าหน้าที่ไม่สามารถให้ความช่วยเหลือได้เต็มที่ หรือบางครั้งผู้ป่วยต้องรอสักครู่ก่อนที่จะได้รับคำแนะนำอย่างละเอียด ดังนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายเสนอว่า โรงพยาบาลควรพิจารณา เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในจุดให้บริการที่มีความหนาแน่นสูง หรือจัดเจ้าหน้าที่ประจำจุดสำคัญ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “เป็นเรื่องที่ดีมากค่ะ บางทีเราป่วยมา มาคนเดียวไม่ได้มีญาติมาด้วยก็จะมีพยาบาลมาดูแลดีค่ะ ประทับใจนะคะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ถ้าเป็นเอกชนเขาก็บริการดี การเอาใจใส่เพราะเป็นหน้าตาของโรงพยาบาล ถ้ามองอีกมุมในเรื่องของประกันสังคมก็อาจจะยังไม่ดีเท่าไม่ว่าจะแบ่งเกรดกันไหมไม่ว่าจะโรงพยาบาลนี้หรือโรงพยาบาลอื่นเขาก็แบ่งกัน ถ้าโรงพยาบาลที่ใช้สิทธิประกันสังคมผู้ใช้บริการก็เยอะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ก็ดูแลแล้วนะครับทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงพยาบาลให้บริการได้ดีมากครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 17 กล่าวว่า “เจ้าหน้าที่ดูแลดีอยู่นะคะคอยอำนวยความสะดวกอย่างเช่น จะไปเรียกแท็กซี่ก็ไปเรียกให้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 22 กล่าวว่า “ดีค่ะ เพราะบางทีคนชราที่เค้าไม่มีลูกหลานพามาเค้า อาจจะงงเหมือนกันก็ไม่รู้ว่าจะไปทางไหนถ้ามีคนบอก ก็ดีค่ะ”

4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกระบวนการให้บริการ

4.7.1 ด้านความรวดเร็วและความเข้าใจง่ายของขั้นตอนบริการ

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความรวดเร็วและความเข้าใจง่ายของขั้นตอนบริการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อ ความรวดเร็วและความเข้าใจง่ายของขั้นตอนการให้บริการของโรงพยาบาล กระบวนการบริการมีความเป็นระบบ มีการกำหนดขั้นตอนชัดเจน ตั้งแต่การลงทะเบียน การรอพบแพทย์ การตรวจวินิจฉัย ไปจนถึงการชำระค่าบริการและรับยา ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายระบุว่า การจัดลำดับขั้นตอนและการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ช่วยให้ผู้ป่วยสามารถ ดำเนินการทุกขั้นตอนได้อย่างต่อเนื่องและไม่สับสน ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายชี้ว่า ขั้นตอนบริการที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพราะผู้ป่วยรู้สึกจะสามารถปฏิบัติตามคำแนะนำและดำเนินกระบวนการต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่น ลดความเครียดและความกังวลในการใช้บริการ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายให้ความเห็นว่า “ทุกขั้นตอนมีป้ายบอกชัดเจนและเจ้าหน้าที่ช่วยอธิบาย ทำให้เข้าใจง่ายและไม่ต้องถามหลายครั้ง” ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของ การวางระบบบริการและการสื่อสารที่ชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายสะท้อนว่า ในช่วงเวลาที่มีผู้ให้บริการหนาแน่น กระบวนการบางขั้นตอนอาจล่าช้า เช่น การรอคิวตรวจวินิจฉัย การรอพบแพทย์เฉพาะทาง หรือการรอชำระค่าบริการ ทำให้ความรวดเร็วของกระบวนการลดลง ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายเสนอว่า โรงพยาบาลควร เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในช่วงเวลาเร่งด่วน หรือจัดระบบคิวและการนัดหมายล่วงหน้าเพื่อลดความหนาแน่น และทำให้ขั้นตอนบริการเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “รวดเร็วมากค่ะ ความเข้าใจง่ายก็จะมีคนหน่อยที่ไม่เข้าใจ ถ้าเป็นวัยรุ่นเขาก็เข้าใจง่ายแต่ถ้าเป็นผู้สูงอายุ การอธิบายหรือการพูดเร็วเกินไปก็อาจจะเข้าใจได้ช้ากว่าค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ก็ปานกลางครับ คนแก่หรือคนที่มาคนเดียวไม่เข้าใจเรื่องการตรวจหรือการเข้ารับการรักษา ขอให้มีแพทย์และพยาบาลมาแนะนำดีกว่าครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 15 กล่าวว่า “ขั้นตอนเข้าใจง่ายค่ะ แต่ขั้นตอนการบริการบางอย่างยังช้าค่ะ เช่น การพบแพทย์ การรอจ่ายยา การชำระค่าบริการค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 20 กล่าวว่า “สำหรับฟั่มองว่าขั้นตอนการรักษาเป็นไปตามระบบดีค่ะ แต่อาจจะล่าช้านิดหนึ่งในวันที่ผู้เข้ารับบริการเยอะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 23 กล่าวว่า “รวดเร็ว นะคะ อย่างวันนี้ที่มาก็เสร็จเร็วเลย แต่ถ้าวันอื่นๆ น่าจะไม่เร็วแบบนี้ น่าจะอยู่ที่คนไข้ด้วย”

4.7.2 ด้านระยะเวลาในการตรวจรักษาของแพทย์

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ระยะเวลาในการตรวจรักษาของแพทย์มีผลต่อการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาในการตรวจรักษาของแพทย์ การให้เวลาตรวจรักษามีความเหมาะสม ไม่ช้าหรือเร็วจนเกินไป สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ป่วยได้อย่างเพียงพอ ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายระบุว่า แพทย์สามารถสอบถามประวัติอาการ ตรวจร่างกาย และให้คำแนะนำในการรักษาได้ครบถ้วนภายในเวลาที่เหมาะสม ทำให้ผู้ป่วยรู้สึกว่าการรักษาเป็นไปอย่างรอบคอบและไม่รีบร้อน

ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนเห็นว่า ระยะเวลาที่เหมาะสมช่วยสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้ผู้ป่วย เพราะผู้ป่วยรู้สึกว่าแพทย์ใส่ใจในอาการของตนจริง ๆ และมีเวลาอธิบายถึงวิธีการรักษา ผลข้างเคียง หรือแนวทางการปฏิบัติตัวหลังการรักษา ทำให้ผู้ป่วยสามารถเข้าใจขั้นตอนการรักษาและเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติตามคำแนะนำ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายเสนอว่า ควรมีการปรับระยะเวลาให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยที่ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจมากขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุบางรายอาจต้องใช้เวลาในการฟังคำอธิบายหรือซักถามข้อสงสัยเพิ่มเติม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายระบุว่า “แพทย์ควรมีเวลาพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้เข้าใจขั้นตอนการรักษาและคำแนะนำอย่างละเอียด” ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการให้มีการ จัดการเวลาในการตรวจรักษาอย่างยืดหยุ่นและเหมาะสมกับลักษณะของผู้ป่วยแต่ละกลุ่ม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “เราก็ไม่รู้ว่ามีหมอเขาวินิจฉัยเขามองผ่านๆหรือเชิงลึก อย่างที่บอกว่ามันขึ้นอยู่กับสิทธิใช้ แพทย์ต้องทำเต็มที่อยู่แล้ว เคสที่เดินเข้ามาแล้วรักษาไม่หายเขาก็จะไม่ได้รับเงินตอบแทนในครั้งต่อไป”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “มีความเหมาะสมครับ รวดเร็ว กระตือรือร้นครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 13 กล่าวว่า “เวลากำลังดีค่ะ ไม่ถือว่าเร็วหรือช้าเกินไปกำลังโอเคเลย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 16 กล่าวว่า “เหมาะสมครับ สำหรับกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญครับเขามีความรู้ความสามารถในการตรวจสุขภาพอยู่แล้วครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 24 กล่าวว่า “อย่างที่บางครั้งก็เร็วบางครั้งก็ช้า อยู่ในระดับที่เราพอรับได้ มันก็สลับกันแล้วแต่ครั้ง”

4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม

4.8.1 ด้านความสะอาดของโรงพยาบาล

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความสะอาดของโรงพยาบาลมีผลต่อการเข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนมีความพึงพอใจและเห็นว่า โรงพยาบาลมีความสะอาดอยู่ในเกณฑ์ดีและได้มาตรฐาน ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายให้ความเห็นว่า บริเวณพื้นที่ต่าง ๆ ของโรงพยาบาล เช่น ห้องรอ ห้องตรวจ ห้องน้ำ และทางเดิน ถูกทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในการเข้ารับบริการ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่า การดูแลความสะอาดของโรงพยาบาลไม่ได้จำกัดเพียงพื้นที่ที่ผู้ป่วยมองเห็น แต่ยังครอบคลุม พื้นที่ทางเทคนิค เช่น ห้องปฏิบัติการ ห้องตรวจทางการแพทย์ และห้องพักของเจ้าหน้าที่ ซึ่งสะท้อนถึงความใส่ใจในการรักษามาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยทั้งต่อผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “มันเป็นมาตรฐานของโรงพยาบาลอยู่แล้วละเรื่องความสะอาด โรงพยาบาลเป็นที่คนเข้ามาเยาะมาตรวจโรคเยอะ แล้วยังตอนนี้เป็นช่วงโควิดก็คิดว่าเขาต้องมีการเตรียมการทำความสะอาดให้มากที่สุดละ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “เรื่องความสะอาด มันก็ขึ้นอยู่กับโรงพยาบาลถ้าเป็นโรงพยาบาลใหม่ก็ต้องสะอาด ถ้าโรงพยาบาลเก่าก็บกร่องเรื่องความสะอาดเช่น ห้องน้ำแต่วัสดุในห้องน้ำเก่าแล้ว ชักโครกมันเหลืองมันเก่าคุณก็มองว่าไม่สะอาด ก็ต้องให้ทางโรงพยาบาลดูแลสุกกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 15 กล่าวว่า “ค่อนข้างเป็นไปตามมาตรฐานละ เพราะบ่อยครั้งมากที่จะเห็นว่าสกปรก เพราะบางครั้งผู้ใช้บริการเยอะแต่ก็เห็นเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดละ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 20 กล่าวว่า “แน่นอนละ ทุกโรงพยาบาลต้องมีรักษาความสะอาดทำให้ทั้งผู้ป่วยหรือผู้ใช้บริการรู้สึกสบายใจในการเข้ารับการรักษา”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 22 กล่าวว่า “ก็สะอาดนะละ มีแม่บ้านคอยทำความสะอาดตลอด”

4.8.2 ด้านความเหมาะสมของพื้นที่

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ความเหมาะสมของพื้นที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า พื้นที่ต่าง ๆ ภายในโรงพยาบาลมีความเหมาะสมต่อการใช้บริการ โดยเฉพาะพื้นที่รอรับยา ซึ่งถูกออกแบบให้มีความสะดวกและรองรับจำนวนผู้รับบริการได้เพียงพอ ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายระบุว่า พื้นที่รอรับยามีการจัดวางเก้าอี้และทางเดินอย่างเป็นระเบียบ ทำให้ผู้รับบริการสามารถรอคิวได้สะดวกและไม่เกิดความสับสน ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนเห็นว่า ความเหมาะสมของพื้นที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัยของผู้รับบริการ โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ผู้ป่วยเรื้อรัง หรือผู้ที่มาพร้อมเด็กเล็ก การมีพื้นที่รอที่เหมาะสมช่วยให้ผู้รับบริการรู้สึกผ่อนคลาย ไม่แออัด และสามารถเคลื่อนย้ายไปยังจุดบริการอื่น ๆ

ได้อย่างง่ายดาย อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายเสนอว่า พื้นที่รื้อรับยาควรมีการจัดแยกจาก โชนฉุกเฉินมากขึ้น เพื่อความปลอดภัยและลดความแออัด เนื่องจากโชนฉุกเฉินอาจมีผู้ป่วยที่มี ภาวะฉุกเฉินหรือมีความเสี่ยงสูงต่อการติดเชื้อ การแยกพื้นที่ช่วยลดความเสี่ยงและทำให้ผู้ป่วยที่รอ รับยารู้สึกปลอดภัยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายแนะนำให้มีการติดป้ายบอกทาง หรือคำแนะนำในการเว้นระยะระหว่างบุคคล เพื่อเพิ่มความชัดเจนและความสะดวกในการใช้พื้นที่ ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายยังเสนอให้พิจารณาการ จัดพื้นที่หลายโซน สำหรับผู้รับบริการกลุ่มต่าง ๆ เช่น โชนผู้สูงอายุ โชนผู้ป่วยเด็ก และโชนผู้ป่วยทั่วไป เพื่อให้การจัดการพื้นที่เหมาะสมกับความ ต้องการเฉพาะกลุ่ม และลดปัญหาความแออัดในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางรายแนะนำให้มีการเพิ่มพื้นที่ในโรงพยาบาล เนื่องจาก พื้นที่ที่มีความคับแคบ โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่นั่งรอรับการตรวจรักษา พื้นที่รื้อรับยา และพื้นที่นั่งพัก สำหรับญาติผู้ป่วย ซึ่งในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ทำให้เกิดความแออัด ไม่เพียงพอต่อ การรองรับผู้ป่วยและญาติ ส่งผลให้ผู้รับบริการบางรายรู้สึกไม่สะดวกสบายและเกิดความเครียด ระหว่างการรอรับบริการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการพื้นที่ใช้สอยที่กว้างขวางและเป็น สดส่วนมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ถ้าเกิดเป็นช่วงโควิดผมว่านะทุกคนก็กลัวกันหมด โรงพยาบาลบางที่มันไม่ใหญ่นะ จะให้แบ่งโชนนั้นเยอะไป บุคลากรมันจะขาดและขาดแน่นอน การดูแลจะไม่ทั่วถึง การจัดการหลายๆอย่างที่มันไม่ลงตัว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “พอดีครับ การรับยาาก็เรียกตามคิวอยู่แล้ว สถานที่นั่งรอก็ เหมาะสมครับ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11 กล่าวว่า “ห้องตรวจพอดีค่ะ แต่พื้นที่รื้อรับยาไปอยู่ใกล้กับห้อง ฉุกเฉินคนก็เลยดูเยอะไปอะค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 12 กล่าวว่า “เหมาะสมอยู่ค่ะ โรงพยาบาลมีที่นั่งรอมีที่ให้นั่งพักเพียงพอ ต่อผู้ใช้บริการค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 18 กล่าวว่า “อาจจะแคบเกินไปอยากให้มีการขยายพื้นที่ในการรอรับ การรักษา รับยา รอการตรวจ เพราะว่าจำนวนผู้ใช้บริการมีจำนวนมากค่ะ”

4.9 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบตามเส้า

4.9.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

การตรวจสอบตามเส้าพบว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มีความสอดคล้องกันในระดับ การใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย และ การให้บริการแบบครบวงจร ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้บริการ รับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลในมุมมองของความกังวลด้านต้นทุนและความเหลื่อมล้ำของทางเลือกยา พบว่ามีข้อมูลที่ต่างกัน แม้แนวทางดังกล่าวจะดีต่อการเข้าถึงการรักษา แต่ยังคงเน้นเรื่องการสื่อสารคุณภาพยาให้เข้าใจตรงกัน เพื่อลดความกังวลของผู้รับบริการ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31 กล่าวว่า “ก็ดีค่ะ ได้ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกรักษาได้ดีมาก ยิ่งขึ้นกับเทคโนโลยีใหม่ๆ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 32 กล่าวว่า “ก็ดีค่ะ ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการค่ะ”

4.9.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านราคา (Price)

การตรวจสอบสามเส้าพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มีมุมมองสอดคล้องกันว่า ค่ารักษาและค่าตรวจมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพบริการ จากการสัมภาษณ์พฤติกรรมผู้ใช้บริการที่ยังคงเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อมูลเอกสารด้านมาตรฐานการให้บริการ ข้อมูลจากทั้งสามแหล่งสะท้อนตรงกันว่า ความโปร่งใสของค่าใช้จ่าย เป็นประเด็นสำคัญที่ยังควรพัฒนา เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะกลุ่มรายได้น้อย

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31 กล่าวว่า “ดีค่ะให้ผู้ใช้บริการเลือกที่จะใช้บริการได้ตามความเหมาะสม”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 32 กล่าวว่า “ก็ดีค่ะหาที่เดียว จบได้เลยไม่ต้องไปทีอื่น”

4.9.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานที่ (Place)

การตรวจสอบสามเส้าพบว่า ท่าเลที่ตั้งของโรงพยาบาลและความสะดวกในการเดินทาง ได้รับการยืนยันจากการสัมภาษณ์และการสังเกตว่าสะดวกต่อการเข้าถึงจริง สอดคล้องกับข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานในเอกสารที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ประเด็นสภาพการจราจรและที่จอดรถในช่วงเวลาคับคั่ง ปรากฏตรงกันจากหลายแหล่งข้อมูล แสดงให้เห็นว่าเป็นจุดที่ควรปรับปรุงเชิงระบบ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 32 กล่าวว่า “ก็สะดวกดีค่ะมีรถบริการ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 33 กล่าวว่า “ไม่ค่อยสะดวกค่ะเพราะว่ารถติดเยอะ ใกล้เคียงด่วนด้วย”

4.9.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การตรวจสอบสามเส้าพบว่าโครงการตรวจสุขภาพราคาพิเศษ และการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ มีความสอดคล้องกันระหว่างความคิดเห็นผู้ให้สัมภาษณ์และข้อมูลประชาสัมพันธ์จริง พบว่ากิจกรรมส่งเสริมการตลาดช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและกระตุ้นการเข้ามาใช้บริการซ้ำได้จริง ขณะเดียวกัน ข้อมูลบางส่วนสะท้อนว่า ผู้รับบริการต้องการให้สิทธิประโยชน์มีความต่อเนื่อง ไม่จำกัดเฉพาะช่วงเทศกาล

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31 กล่าวว่า “ก็ดีค่ะ เป็นการช่วยทำให้ผู้ให้บริการตระหนักถึงเรื่องสุขภาพมากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 32 กล่าวว่า “ถือว่าดีค่ะ ถือว่าเป็นการช่วยผู้ปกครองลดค่าใช้จ่ายถ้าเป็นแบบนี้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 33 กล่าวว่า “มีประโยชน์ค่ะ เพราะว่าเราจะได้รู้ว่าเรามีสิทธิประโยชน์อะไรบ้าง”

4.9.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)

การตรวจสอบสามเส้าพบว่า ข้อมูลจากทุกแหล่งมีความสอดคล้องชัดเจนในด้าน ความเชี่ยวชาญของแพทย์ และการบริการของบุคลากร ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ให้บริการ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลร่วมกัน พบว่าในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมาก ความเอาใจใส่ของบุคลากรอาจลดลงเนื่องจากภาระงานสูง สะท้อนถึงความจำเป็นในการบริหารกำลังคนให้เหมาะสมกับปริมาณผู้ให้บริการจริง

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31 กล่าวว่า “มีความเชี่ยวชาญค่ะ เหมาะที่จะรักษาเกี่ยวกับโรคนี้แน่นอนที่เราเป็น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 32 กล่าวว่า “ดีค่ะช่วยให้ผู้ที่มาใช้บริการสามารถไปตรงอื่นต่อได้มีคนแนะนำ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 33 กล่าวว่า “ดีนะคะ คนป่วยมาแหว่เปลก็จะรีบมาช่วยทันที”

4.9.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

การตรวจสอบสามเส้าพบว่า ระบบขั้นตอนการให้บริการของโรงพยาบาลมีความเป็นระบบและเข้าใจง่าย ซึ่งได้รับการยืนยันจากทั้งการสัมภาษณ์และเอกสารคู่มือการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ประเด็น ระยะเวลารอคิวในช่วงที่มีผู้ให้บริการจำนวนมาก ปรากฏตรงกันจากหลายแหล่งข้อมูล แสดงให้เห็นว่ากระบวนการโดยรวมมีมาตรฐานดี แต่ยังต้องพัฒนาด้านการจัดการเวลา และทรัพยากรในช่วงเร่งด่วน

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31 กล่าวว่า “ก็ให้บริการรวดเร็วค่ะและเข้าใจง่าย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 33 กล่าวว่า “ตรวจเร็วไปมากค่ะ เพราะมานั่งรอนานแต่เวลาตรวจแป๊บเดียวเอง”

4.9.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)

การตรวจสอบสามเส้าพบว่า ความสะอาดและบรรยากาศของโรงพยาบาลได้รับการยืนยันจากทุกแหล่งข้อมูลว่าอยู่ในระดับมาตรฐานและสร้างความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตสะท้อนตรงกันว่า ความคับแคบของบางพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่รอ

รับยาใกล้โซนฉุกเฉิน เป็นประเด็นที่ควรปรับปรุง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะที่ปรากฏในเอกสารและความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 31 กล่าวว่า “มีความเหมาะสมจะไม่เล็กไม่ใหญ่มากเกินไป”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 32 กล่าวว่า “เท่าที่เห็นก็มีความสะอาดดีนะค่ะ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11 กล่าวว่า “ห้องตรวจพอดีค่ะ แต่พื้นที่รอรับยาไปอยู่ใกล้กับห้องฉุกเฉินคนก็เลยดูเยอะไปอะค่ะ”



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัย นำเสนอผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

5.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้รับบริการให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อคุณภาพของการรักษา ความทันสมัยของเครื่องมือแพทย์ และความครบถ้วนของบริการที่ได้รับ ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากระบุว่า การมีแพทย์เฉพาะทางและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เครื่องมือวินิจฉัยที่มีความแม่นยำสูง ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและลดความกังวลเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการรักษา นอกจากนี้ ผู้รับบริการยังมองว่า ความหลากหลายของทางเลือกในการรักษา เช่น ยาต้นแบบและยาทดแทน เป็นสิ่งที่ควรได้รับการอธิบายอย่างชัดเจนจากบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลครบถ้วน

5.1.2 ด้านราคา (Price)

ผลการวิจัยพบว่า ราคามีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มองว่าค่ารักษามีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการที่ได้รับ โดยเฉพาะในกรณีของการรักษาเฉพาะทาง อย่างไรก็ตาม ยังมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นเพิ่มเติม ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากสะท้อนถึงความต้องการระบบการแจ้งค่าใช้จ่ายล่วงหน้าอย่างชัดเจน รวมถึงการแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ทั้งนี้ ผู้รับบริการยังแสดงความคาดหวังต่อการมีแพ็คเกจหรือทางเลือกที่เหมาะสมกับผู้มีรายได้น้อยหรือผู้สูงอายุ

5.1.3 ด้านสถานที่ (Place)

ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ด้วยทำเลที่ตั้งของโรงพยาบาลเอื้อต่อการเข้าถึงจากหลายเส้นทางคมนาคม ทั้งรถยนต์ส่วนตัวและระบบขนส่งสาธารณะ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า สถานที่มีความคุ้นเคยและมีป้ายแนะนำที่ชัดเจน แต่ข้อจำกัดสำคัญคือ พื้นที่จอดรถไม่เพียงพอในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการหนาแน่น รวมถึงสภาพการจราจรบริเวณโดยรอบที่อาจทำให้เกิดความล่าช้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสบการณ์โดยรวมของผู้ใช้บริการ

5.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์และการจัดโครงการตรวจสุขภาพราคาพิเศษ มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับโรงพยาบาล ผู้ให้ข้อมูลหลายรายระบุว่า การได้รับข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และควรให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขของโปรโมชั่น เพื่อลดความสับสน

5.1.5 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรที่ให้บริการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ในด้านความเชี่ยวชาญ ความสุภาพ และความเอาใจใส่ของแพทย์และพยาบาล เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้ป่วยรู้สึกไว้วางใจ ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากกล่าวถึงการให้คำอธิบายที่เข้าใจง่าย และการให้กำลังใจผู้ป่วยว่าเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจ อย่างไรก็ตาม ปริมาณงานที่มากในช่วงเวลาเร่งด่วนอาจทำให้บุคลากรมีเวลาจำกัดในการให้บริการแบบรายบุคคล

5.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการให้บริการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ด้านระบบการลงทะเบียน การคัดกรองเบื้องต้น และการจัดลำดับคิวมีความเป็นระบบและมีมาตรฐาน อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลหลายรายยังสะท้อนถึงระยะเวลารอคอยที่ค่อนข้างยาวในบางช่วงเวลา โดยเฉพาะในแผนกผู้ป่วยนอก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการนำนวัตกรรมด้านระบบคิวอัตโนมัติและการนัดหมายล่วงหน้ามาใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

5.1.7 ด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการให้บริการมีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น เพราะโรงพยาบาลมีความสะอาดและมีการควบคุมมาตรฐานด้านสุขอนามัยอย่างเคร่งครัด บรรยากาศโดยรวมให้ความรู้สึกปลอดภัยและเป็นมิตรกับผู้ป่วย อย่างไรก็ตาม พื้นที่บาง

จุด เช่น บริเวณพื้นที่รอรับยาและบริเวณใกล้ห้องฉุกเฉิน ยังมีลักษณะคับแคบและแออัด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสะดวกและความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ผลการวิจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

5.2.1.1 ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรักษา

ผลการวิจัยพบว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการรักษาและการให้บริการทางการแพทย์ มีส่วนสำคัญในการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการของโรงพยาบาล ทั้งในด้านความเร็ว ความถูกต้องของการวินิจฉัย และความต่อเนื่องของการดูแลรักษา ผู้รับบริการรับรู้ว่าการนำเทคโนโลยีช่วยลดขั้นตอนที่ซับซ้อน ลดระยะเวลาการรอคอย และเพิ่มความมั่นใจต่อมาตรฐานการรักษา ส่งผลให้เกิดการรับรู้คุณค่าในบริการทางการแพทย์มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิราวุฒินันท์ พงศ์พัฒนา และนิลพันธุ์ ศรีสุข (2567) ที่ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการผู้ป่วยในโรงพยาบาลของรัฐไทย ซึ่งพบว่า การนำระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการรักษา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร ลดความผิดพลาดทางการแพทย์ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ โดยผู้ป่วยรับรู้ถึงคุณภาพบริการที่ดีขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์บริการด้านสุขภาพ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Busaidi, Al-Habsi et al. (2022) ที่ศึกษาเรื่อง Impact of digital health technologies on patient care quality in hospitals ซึ่งระบุว่า เทคโนโลยีด้านสุขภาพดิจิทัล เช่น ระบบเวชระเบียนอิเล็กทรอนิกส์ และระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางคลินิก มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มคุณภาพการดูแลผู้ป่วย และทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงความเป็นมืออาชีพและความทันสมัยของสถานพยาบาล อันส่งผลต่อความเชื่อมั่นในบริการโดยรวม

5.2.1.2 ด้านการให้บริการที่ครบวงจร

ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการที่ครบวงจรมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ป่วยโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การที่โรงพยาบาลสามารถให้บริการตรวจ วินิจฉัย รักษา รับยา และทำหัตถการต่าง ๆ ได้ในสถานที่เดียวกัน ช่วยอำนวยความสะดวก ลดภาระในการเดินทาง และลดความยุ่งยากในกระบวนการรักษา ส่งผลให้ผู้ป่วยได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และเกิดความมั่นใจในคุณภาพของโรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวีณา อนุกุลนิพัฒน์ และคณะ (2566) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการผู้ป่วยนอกตามการรับรู้ของผู้รับบริการในโรงพยาบาลสมุทรปราการ โดย

พบว่า ผู้ป่วยมีการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง สะท้อนให้เห็นว่า เมื่อโรงพยาบาลสามารถจัดระบบการให้บริการในแต่ละแผนกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นระบบ และเอื้อต่อความสะดวกของผู้รับบริการ ย่อมส่งผลให้ผู้ป่วยเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเข้ารับบริการทางการแพทย์ แม้ว่างานวิจัยดังกล่าวจะไม่ได้ระบุการให้บริการแบบ “ครบวงจรในจุดเดียว (one-stop service)” อย่างชัดเจน แต่การที่ผู้ป่วยรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในหลายแผนกภายในโรงพยาบาลเดียวกันในระดับที่ดี แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการบริการแบบบูรณาการ ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับแนวคิดการให้บริการแบบครบวงจรที่ผู้ให้สัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้กล่าวถึง กล่าวคือ หากโรงพยาบาลสามารถประสานการทำงานของหลายแผนกให้เป็นระบบเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้กระบวนการรักษามีความราบรื่น ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ลดความผิดพลาด และเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้

5.2.1.3 ด้านการรักษาโรคที่ให้เลือกตามงบประมาณผู้ป่วย

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการรักษาโรคที่มีทางเลือกให้เหมาะสมกับงบประมาณของผู้ป่วยเป็นองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าการมีทางเลือกด้านยาทั้งยาต้นแบบและยาสามัญ ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล และเอื้อให้ผู้ป่วยสามารถเลือกแนวทางการรักษาที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของตนเองได้มากขึ้น ส่งผลให้เกิดความรู้สึกมั่นใจและพึงพอใจต่อบริการของโรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิชาภัทร อติเปรมินทร์ (2562) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของผู้รับบริการ ซึ่งพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะความเหมาะสมของรูปแบบการรักษาและค่าใช้จ่ายด้านยา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญ ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับการได้รับบริการที่มีคุณภาพควบคู่กับค่าใช้จ่ายที่สามารถยอมรับได้ การจัดรักษาโรคให้มีหลายระดับราคา จึงช่วยเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์บริการและตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างครอบคลุม

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัยรัตน์ จินประดิษฐ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งระบุว่า ระดับรายได้ของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีความยืดหยุ่นด้านค่าใช้จ่าย เช่น การเลือกแนวทางการรักษาและยารักษาโรคตามงบประมาณ เป็นปัจจัยที่ช่วยลดอุปสรรคในการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ และเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเข้ารับบริการของผู้ป่วยในแต่ละกลุ่มรายได้

5.2.2 ผลการวิจัยด้านราคา (Price)

5.2.2.1 ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา

ผลการวิจัยพบว่า ค่าใช้จ่ายในการรักษามีผลต่อการเข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ค่าบริการมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพการรักษาและการบริการ โดยเฉพาะในกรณีที่ได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด วินิจฉัยถูกต้อง รวดเร็ว และสามารถฟื้นฟูอาการได้จริง นอกจากนี้ ประสิทธิภาพการรับบริการ เช่น การต้อนรับที่ดี การสื่อสารชัดเจน และความใส่ใจต่อผู้ป่วย ส่งผลให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงความคุ้มค่าและเกิดความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ เหล่าพาณิชย์เจริญ และคณะ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนเปิดใหม่ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน แต่การรับรู้ความคุ้มค่า ย่อมสัมพันธ์กับ คุณภาพบริการและประสบการณ์ของผู้ป่วย หากบริการมีคุณภาพสูง ผู้ป่วยมักรับรู้ว่าการจ่ายค่าบริการที่สูงขึ้นเป็นเรื่องสมเหตุสมผล

5.2.2.2 ด้านค่าตรวจวินิจฉัยโรค

ผลการวิจัยพบว่า ค่าตรวจวินิจฉัยโรคมีผลต่อการเข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าค่าบริการตรวจวินิจฉัยมีความเหมาะสมกับมาตรฐานของเครื่องมือและกระบวนการตรวจ เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและอุปกรณ์ทางการแพทย์มีความละเอียดสูง เช่น CT Scan, MRI, อัลตราซาวด์ความละเอียดสูง รวมถึงการตรวจทางห้องปฏิบัติการที่ซับซ้อน จำเป็นต้องมีต้นทุนสูงและอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา หลอดแก้วและพัชรา เอ็งบริบูรณ์พงศ์ ใจดี (2568) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการสุขภาพแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความเหมาะสมของค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและมาตรฐานของการรักษา เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ป่วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของการตรวจวินิจฉัยที่ต้องอาศัยเครื่องมือและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่มีความทันสมัยและมีต้นทุนสูง ผู้รับบริการมีแนวโน้มจะยอมรับค่าบริการที่สูงขึ้น หากเห็นว่าผลการตรวจมีความแม่นยำ เชื่อถือได้ และช่วยให้การวินิจฉัยและการรักษามีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้ที่มองว่าค่าตรวจที่โรงพยาบาลกำหนดมีความสมเหตุสมผลเมื่อพิจารณาจากคุณภาพของเครื่องมือ กระบวนการตรวจ และความเชี่ยวชาญของบุคลากรทางการแพทย์

5.2.3 ผลการวิจัยด้านสถานที่ (Place)

5.2.3.1 ด้านความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ

ผลการวิจัยพบว่า ด้านความสะดวกในการเดินทางมารับบริการมีผลต่อการเข้าใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า โรงพยาบาลมีความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ โรงพยาบาลตั้งอยู่ในเขตเมืองหรือบริเวณที่มีระบบคมนาคมสาธารณะเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบูรณ์ ชัดติยะสุวงศ์ (2562) เรื่อง การรับรู้การบริการของโรงพยาบาล ตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการ ห้องตรวจโรคอายุรกรรม โรงพยาบาลตำรวจ พบว่า ท่าเลที่ตั้งของโรงพยาบาลที่สามารถเดินทางมาได้สะดวก มีระบบคมนาคมรองรับ และมีสภาพแวดล้อมโดยรวมที่เอื้อต่อการเข้ารับบริการ ความสะดวกในการเดินทางยังช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และเอื้อต่อการมาตามนัดหมายของแพทย์ โดยเฉพาะผู้ป่วยเรื้อรังที่จำเป็นต้องเข้ารับการรักษาอย่างต่อเนื่อง

5.2.3.2 ด้านความเพียงพอของที่จอดรถ

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการพื้นที่จอดรถและความเพียงพอของที่จอดรถเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้ผู้รับบริการเข้าถึงบริการ ได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลวรรณ ทศช่วย และนิติพล ภูตะโชติ (2566) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ผลการวิจัยชี้ว่า การตัดสินใจของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในมิติของความพร้อมด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของโรงพยาบาลที่เอื้อต่อการเข้าถึงบริการ พื้นที่จอดรถที่มีความเป็นระเบียบและเพียงพอจึงถือเป็นส่วนหนึ่งของหลักฐานทางกายภาพที่ช่วยเสริมความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ และเพิ่มแนวโน้มในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล

5.2.4 ผลการวิจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

5.2.4.1 ด้านโครงการตรวจสุขภาพราคาพิเศษช่วงเทศกาล

ผลการวิจัยพบว่า โครงการตรวจสุขภาพราคาพิเศษช่วงเทศกาลส่งผลต่อการเข้าใช้บริการ เพราะช่วยเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อยเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ การจัดช่วงเวลาในเทศกาลที่ครอบครัวมักรวมตัวกัน ทำให้ลูกหลานสามารถพาผู้สูงอายุเข้ารับการตรวจสุขภาพได้สะดวกมากขึ้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Health Behavior) และกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการตรวจร่างกายประจำปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนา แสนสุข และทิพวรรณ หรรษคุณาชัย (2567) เรื่อง การรับรู้ภาวะสุขภาพของผู้รับบริการด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพประจำปี ณ ศูนย์ตรวจสุขภาพธรรมศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้สุขภาพของผู้รับบริการ และองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับ

บริการตรวจสุขภาพประจำปี (Annual Health Check-up) โดยผู้รับบริการที่เห็นว่าบริการมีความเหมาะสมทั้งด้านราคา สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง จะมีแนวโน้มใช้บริการสูงขึ้น การออกแบบบริการที่คำนึงถึงความสะดวก ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวก ช่วยสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ

5.2.4.2 ด้านการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการ

ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการ มีผลต่อการเข้าใช้บริการ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นว่าการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ช่วยให้ผู้ป่วยทราบถึงสิทธิที่ตนมี สามารถใช้สิทธิ์ได้เต็มที่ และตัดสินใจเข้ารับบริการได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการสอบถามข้อมูลเอง นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ยังช่วยให้ผู้ป่วยวางแผนการรักษาได้รอบคอบ ลดความกังวลด้านค่าใช้จ่าย และทำให้เข้าถึงบริการได้ตรงตามสิทธิของตนจริง ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นและรับรู้ถึงโรงพยาบาลใส่ใจและให้บริการอย่างโปร่งใส สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความเชื่อมั่นต่อโรงพยาบาลในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทธิ์เจตน์รินแก้วกาญจน์ (2562) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร พบว่าการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของโรงพยาบาลอย่างทั่วถึง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญ การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการ สิทธิประโยชน์ และรายละเอียดค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจนและโปร่งใส มีส่วนช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง มีทัศนคติเชิงบวกต่อสถานพยาบาล และเพิ่มความไว้วางใจในการเข้ารับบริการ

5.2.4.3 ด้านความหลากหลายของบริการตรวจและรักษา

ผลการวิจัยพบว่า ความหลากหลายและความครบวงจรของบริการตรวจและรักษา มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของผู้ป่วยอย่างชัดเจน ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีบริการที่ครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการตรวจคัดกรอง การวินิจฉัย ไปจนถึงการรักษาเฉพาะทางภายในสถานพยาบาลเดียว ซึ่งในมุมมองหนึ่งสามารถมองได้ว่าเป็นรูปแบบของ “นวัตกรรมด้านการจัดบริการ (service delivery innovation)” ที่ช่วยให้กระบวนการดูแลรักษามีความต่อเนื่องและสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักฐิชา พรหมจรรยา และวราญา โรจนาไพภาพร (2567) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การมีบริการที่หลากหลายและครบวงจรยังสะท้อนถึงความพร้อมของทรัพยากรทางการแพทย์ทั้งด้านบุคลากร เครื่องมือ และเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในมิติของการให้บริการที่

ครบถ้วนภายในสถานพยาบาลเดียว ซึ่งช่วยลดภาระของผู้ป่วยในการประสานงานและการเดินทาง ไปรับบริการในหลายสถานที่

5.2.5 ผลการวิจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People)

5.2.5.1 ด้านความเชี่ยวชาญของแพทย์

ผลการวิจัยพบว่า แพทย์สามารถให้คำวินิจฉัยได้ตรงตามอาการและให้คำแนะนำในการรักษาได้อย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจและลดความกังวลของผู้ป่วย ผู้รับบริการมองว่า ความเชี่ยวชาญของแพทย์เป็นปัจจัยหลักที่สะท้อนถึงคุณภาพของโรงพยาบาลเอกชน และเป็นเหตุผลสำคัญที่ส่งผลให้ตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรินทร์ มนต์สนธิ และคณะ (2564) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเข้ารับบริการด้านการแพทย์ แผนไทย พบว่า ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของแพทย์มีส่วนช่วยให้กระบวนการตรวจวินิจฉัย และการรักษามีความเป็นระบบ รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างด้านประสบการณ์ระหว่างแพทย์อาวุโสและแพทย์รุ่นใหม่ที่ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์สะท้อน ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลทางการแพทย์ โดยการผสมผสานจุดเด่นของ แพทย์ทั้งสองกลุ่ม เพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างความชำนาญเชิงลึกและความทันสมัยทางวิชาการ อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการให้บริการและเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการในระยะยาว

5.2.5.2 ด้านความเอาใจใส่และกระตือรือร้นของแพทย์

ผลการวิจัยพบว่า ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นของแพทย์มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของผู้ป่วย ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่รู้สึกว่าการแพทย์ให้ความสำคัญกับตนเองในฐานะ “บุคคล” ไม่ใช่เพียงผู้ป่วยทั่วไป หรือผู้ที่ต้องได้รับการรักษาตามขั้นตอนเท่านั้น การที่แพทย์ สอบถามอาการอย่างละเอียด รับฟังความกังวล และอธิบายแนวทางการรักษาอย่างเป็นมิตร ส่งผลให้ผู้รับบริการรู้สึกได้รับการดูแลอย่างจริงใจ เกิดความพึงพอใจ และมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จอมขวัญ สุภศิริกิจเจริญ และฟ้าวิกร อินดวง (2566) เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ใน โรงพยาบาลเอกชนจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า “คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)” โดยเฉพาะ ด้าน ความเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ของบุคลากรทางการแพทย์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการใน โรงพยาบาลเอกชน ความเอาใจใส่ของแพทย์ เช่น การสอบถามอาการอย่างละเอียด การรับฟัง ปัญหาและความกังวลของผู้ป่วย การให้คำอธิบายที่เข้าใจง่าย รวมถึงทำทีสุภาพและเป็นมิตร ล้วนทำให้ผู้ป่วยรู้สึกว่าการดูแลอย่างจริงใจและมีคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของผู้ให้

สัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้ที่ระบุว่า ความเอาใจใส่ของแพทย์ช่วยสร้างความมั่นใจ ความอุ่นใจ และเพิ่มความเชื่อถือในคุณภาพการรักษา ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการของ

5.2.5.3 ด้านการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ผู้ให้สัมภาษณ์เกือบทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล โดยเห็นว่าพนักงานและเจ้าหน้าที่มีความตั้งใจในการช่วยเหลือผู้รับบริการ มีการแนะนำขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน และคอยพาผู้ป่วยไปยังจุดบริการที่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา บรรเทาญ และจารุวรรณ พนมจิระสวัสดิ์ (2564) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดนครราชสีมา พบว่า พฤติกรรมและคุณภาพการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่ (เช่น ความเอาใจใส่ ความสุภาพ การให้ความช่วยเหลือ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชน การที่เจ้าหน้าที่มีบทบาทในการแนะนำขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน พาผู้ป่วยไปยังแผนกที่ถูกต้อง และให้ความช่วยเหลือด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ช่วยลดความสับสน ความกังวล และความตึงเครียดของผู้รับบริการ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือผู้ที่มาใช้บริการครั้งแรก

5.2.6 ผลการวิจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

5.2.6.1 ด้านความรวดเร็วและความเข้าใจง่ายของขั้นตอนบริการ

ผลการวิจัยพบว่า ด้านความรวดเร็วและความเข้าใจง่ายของขั้นตอนบริการของการเข้าใช้โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจกับความรวดเร็วและความชัดเจนของขั้นตอน ตั้งแต่การลงทะเบียน การรอพบแพทย์ การตรวจรักษา ไปจนถึงการชำระค่าบริการและการรับยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นจิต บริสุทธิ์ และอรสา โอภาสวัฒนา (2567) เรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกแต่ละแผนก โรงพยาบาลอุทองสุพรรณบุรี พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกมีความสัมพันธ์กับความเป็นระบบและความชัดเจนของขั้นตอนการให้บริการ โดยแผนกที่มีการจัดพื้นที่บริการที่เป็นสัดส่วน มีระบบการลงทะเบียนและการนัดหมายเฉพาะ รวมถึงมีบุคลากรเพียงพอ จะได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงกว่าแผนกที่มีกระบวนการบริการที่ซับซ้อนหรือมีความแออัดสูง สะท้อนให้เห็นว่า การจัดลำดับขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบและเข้าใจง่าย มีส่วนสำคัญในการช่วยให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก ลดความสับสน และเพิ่มความพึงพอใจต่อการรับบริการ

5.2.6.2 ด้านระยะเวลาในการตรวจรักษาของแพทย์

ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาในการตรวจรักษาของแพทย์มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของผู้ป่วย และผู้ป่วยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อระยะเวลาที่แพทย์ใช้ในการตรวจรักษา เมื่อแพทย์สามารถจัดสรรเวลาในการตรวจรักษาได้อย่างเหมาะสม จะเอื้อให้มีเวลาเพียงพอในการซักประวัติ ตรวจร่างกาย และให้คำแนะนำเกี่ยวกับแนวทางการรักษาอย่างครบถ้วน ส่งผลให้ผู้ป่วยเกิดความเข้าใจในอาการของตนเอง รู้สึกได้รับความเอาใจใส่ และเกิดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chana et al. (2021) ที่ศึกษาเรื่อง Effect of the service marketing mix (7P's) on patient satisfaction for clinic services in Thailand ซึ่งพบว่า องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยเฉพาะการจัดการขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ หากผู้ป่วยได้รับการดูแลอย่างไม่เร่งรีบและมีเวลาในการสื่อสารกับแพทย์อย่างเพียงพอ จะส่งผลให้การรับรู้คุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับที่สูงขึ้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nur Al Islamiyah & Wuisan (2024) ที่ศึกษาเรื่อง Analyzing the impact of marketing mix and hospital brand image on patient satisfaction and loyalty ซึ่งระบุว่า องค์ประกอบด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ป่วย โดยผู้รับบริการให้ความสำคัญกับการได้รับการดูแลจากแพทย์ที่มีความเอาใจใส่ และมีระยะเวลาเพียงพอในการให้คำปรึกษาและอธิบายข้อมูลด้านการรักษา ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกไว้วางใจและประสบการณ์เชิงบวกต่อการใช้บริการโรงพยาบาล

5.2.7 ผลการวิจัยด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)

5.2.7.1 ด้านความสะอาดของโรงพยาบาล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่นที่ระบุว่า การทำความสะอาดที่สม่ำเสมอและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั้งที่ผู้ป่วยมองเห็นและพื้นที่เบื้องหลัง สะท้อนถึงความใส่ใจในการรักษามาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยของผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yusron et al. (2024) เรื่อง The Influence of Marketing Mix (7P) on Patient Satisfaction in Hospitals พบว่า องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย โดยเฉพาะความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานพยาบาล การดูแลความสะอาดของโรงพยาบาลควรครอบคลุมทั้งพื้นที่ที่ผู้ป่วยสามารถมองเห็นและพื้นที่สนับสนุนการให้บริการทางการแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านสภาพแวดล้อมที่งานวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพอย่างเหมาะสมมีส่วนช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจ

ของผู้ป่วยต่อการใช้บริการโรงพยาบาล ซึ่งมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการและความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

5.2.7.2 ด้านความเหมาะสมของพื้นที่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่นที่ระบุว่าการจัดสรรพื้นที่รอรับยาและพื้นที่บริการอื่น ๆ อย่างเหมาะสมช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย ลดความเครียด และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิศา วโรตมะกุล และธนวัฒน์ ทีปะปาล (2565) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุ บริษัท ทีแอนด์ที เทคแคร์ จำกัด ซึ่งพบว่า องค์ประกอบด้านสถานที่ให้บริการและลักษณะทางกายภาพของสถานบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการของผู้รับบริการในธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะการออกแบบพื้นที่ภายในสถานบริการให้มีความเป็นระเบียบ มีการจัดสรรพื้นที่อย่างเหมาะสม และสามารถรองรับจำนวนผู้ใช้บริการได้อย่างเพียงพอ จะช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความมั่นใจในการใช้บริการ

5.3 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้

5.3.1 การพัฒนาคุณภาพบริการทางการแพทย์

โรงพยาบาลควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเพิ่มศักยภาพของแพทย์เฉพาะทาง เพื่อยกระดับคุณภาพการวินิจฉัยและการรักษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการสื่อสารข้อมูลทางการแพทย์ให้ผู้ป่วยเข้าใจได้ง่ายและชัดเจน

5.3.2 ความโปร่งใสและการบริหารจัดการด้านราคา

ควรพัฒนาระบบการแจ้งค่าใช้จ่ายล่วงหน้า และแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น ตารางเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายหรือใบประมาณการค่ารักษา เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถวางแผนทางการเงินได้ดียิ่งขึ้น

5.3.3 การพัฒนาสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ควรปรับปรุงและขยายพื้นที่จอดรถ รวมถึงพิจารณาการจัดระบบการจราจรภายในโรงพยาบาลให้มีความคล่องตัวมากขึ้น เพื่อลดความแออัดในช่วงเวลาเร่งด่วน และเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการ

5.3.4 การสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์

ควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและต่อเนื่อง เช่น สื่อออนไลน์ เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และโครงการต่าง ๆ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง รวมถึงควรชี้แจงเงื่อนไขของการส่งเสริมการตลาดอย่างชัดเจน

5.3.5 การพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่

ควรวางแผนบริหารกำลังคนให้เหมาะสมกับปริมาณผู้ให้บริการในแต่ละช่วงเวลา พร้อมทั้งส่งเสริมการฝึกอบรมด้านทักษะการสื่อสารและการบริการ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการ

5.3.6 การพัฒนากระบวนการให้บริการ

ควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการระบบคิวและการนัดหมาย เช่น ระบบลงทะเบียนออนไลน์ และระบบแจ้งเตือนคิวผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อลดระยะเวลาการรอคอยและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

5.3.7 การปรับปรุงสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่

ควรปรับปรุงการจัดพื้นที่ภายในโรงพยาบาล โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่รอรับยาและพื้นที่ใกล้ห้องฉุกเฉิน เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบ ลดความแออัด และเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ให้บริการ

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมผู้ให้บริการในช่วงอายุ เพศ และกลุ่มอาชีพที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมมุมมองจากหลายกลุ่มตัวอย่าง

5.4.2 ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed – Methods Research) โดยเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงคุณภาพให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

5.4.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลเอกชนหรือโรงพยาบาลของรัฐในเขตพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้เห็นแนวทางการพัฒนาและความแตกต่างของคุณภาพบริการอย่างชัดเจน

5.4.4 ควรศึกษาผลกระทบระยะยาวของการใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ป่วย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิตติยา บรรหาญ และ จารุวรรณ พนมจีระสวัสดิ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ
ในส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ ในเขต
จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารราชพฤกษ์*, 19(2), พฤษภาคม–สิงหาคม.
<https://so05.tcithaijo.org/index.php/Ratchaphruekjournal/article/download/250557/171650>
- กมลวรรณ ทศช่วย และ นิติพล ภูตะโชติ. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ช่วง
สถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อโควิด-19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(1), มกราคม–เมษายน.
https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_635446.pdf
- กองบรรณาธิการ Thai PBS. (2568). แฉรัฐเพิ่มบงฯ ดึงนวัตกรรม แก้ปัญหาผู้ป่วยล้นโรงพยาบาล.
<https://theactive.thaipbs.or.th/news/publichealth-20250314>
- กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2566). สถิติ
สถานพยาบาล: จำนวนโรงพยาบาลเอกชนและจำนวนเตียง (ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2566).
https://mrd.hss.moph.go.th/mrd1_hss/?cat=17
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2564). คู่มือมาตรฐาน ระบบบริการสุขภาพ ปี 2564.
https://hss.moph.go.th/HssDepartment/file_reference/202204212021390607.pdf
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2566). บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการแพทย์.
https://mrd.hss.moph.go.th/mrd1_hss/wp-content/uploads/2023/05AF-2566.pdf
- จุฑามาศ เหล่าพาณิชย์เจริญ, ชีรวัช บุญยโสภณ และธัญญาทิพ พิชิตการค้า. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อ
ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเปิดใหม่ในกรุงเทพมหานคร. *วารสาร
รัชต์ภาคย์*, 17(50), 49.
- จอมขวัญ ศุภศิริกิจเจริญ และ ฟ้าวิกร อินลวง. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความภักดี
ของผู้ใช้บริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชน จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาลัย
นครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 17(2), พฤษภาคม–สิงหาคม.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/267564/179324>

- ชื่นจิต บริสุทธิ์ และ อรสา โอภาสวัฒนา. (2567). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกแต่ละแผนก โรงพยาบาลอุ้มทองสุวรรณบุรี. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาลัยนครราชสีมา*, 3(1), 25–35.
- เชียวชาญ ศรีชัยยา. (2568). ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน.
<https://www.lhbank.co.th/getattachment/9e0ccbe3-8c30-4391-a8eb-b718d0898703/economic-analysis-Industry-Outlook-2025-Private-Hospital-2025>
- ณิชภัทร อติเปรมินทร์. (2564). ปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน (ทั่วไป) ในช่วงวิกฤติโควิด-19 กรณีศึกษาในเขตพื้นที่วังทองหลาง กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เดชา ลลิตอนันต์พงศ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ของผู้ใช้บริการชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครภายหลังการเกิดระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นันทนา แสนสุข และ ทิพวรรณ หารรรษคุณาชัย. (2568). การรับรู้ภาวะสุขภาพของผู้รับบริการด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพประจำปี ณ ศูนย์ตรวจสุขภาพธรรมศาสตร์. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 26(1), 166–172.
<https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JRTAN/article/download/274003/186626/1265948>
- ปณิธิตา วโรตมะกุล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุ บริษัท ทีแอนด์ ที เทคแคร์ จำกัด. *วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(5), 43–54.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/view/253006/175496>
- บุญญภาพ ดันติปัญญา. (2568). แนวโน้มธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน.
<https://media.settrade.com/settrade/Documents/2025/Feb/20250214-SCB-EIC-Hospital.pdf>
- ประวีณา อนุกุลพิพัฒน์, กัลยา บุญสนอง, กุลธิดา สัมมาวงศ์, ระวี แซ่มชื่น และสุริรัตน์ ปิงสุทธีวงศ์. (2566). คุณภาพการให้บริการผู้ป่วยนอกตามการรับรู้ของผู้รับบริการในโรงพยาบาลสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการโรงพยาบาลสมุทรปราการ*, 1(1), 44–57.
<https://he03.tci-thaijo.org/index.php/smpkhj/article/view/504/910>

พลสุข นิลกิจสรานนท์. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562–64: ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน.

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industryoutlook/Services/Private-Hospitals/IO/io-Private-Hospitals-19>

ภักฐิชา พรหมจรรยา และ วรญา โรจนปาภาพร. (2567). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร* 1, 3(9), กันยายน–ธันวาคม.

<https://search.tci-thailand.org/article.html?b3BlbkFydGljbGUmaWQ9ODM1MzU3>

ลลิตา หลอดแก้ว และ พัทธนา เสงี่ยมบุญพงศ์ ใจดี. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการสุขภาพแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี. *วารสารสาธารณสุขมูลฐาน (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)*, 40(2), e15574.

<https://search.tci-thailand.org/author.html?b3BlbkF1dGhvcjZpZD00Njc0MzAmYXJ0aWwNsZV9pZD04NTgzOTk>

วชิราวุฒัน พงศ์พัฒนา และ นิลพันธ์ ศรีสุข. (2567). การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการผู้ป่วยในโรงพยาบาลของรัฐไทย. *วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย*, 8(1), 56–72.

วัชร มนัสสนิก, จักรพันธ์ ชัยทัศน์ และคณิดา เพ็ชรรัตน์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเข้ารับบริการด้านการแพทย์แผนไทย. *วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 13(25), มกราคม–มิถุนายน.

<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/swurd/article/view/13713/11180>

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2565). *ประเมินธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนโตต่อเนื่อง*.

<https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/demand-hospital>

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี. (2566). *บทวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการแพทย์*.

https://mrd.hss.moph.go.th/mrd1_hss/wp-content/uploads/2023/05AF-2566.pdf

ศรดา บุญสวัสดิ์. (2566). ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชน (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริลักษณ์ ชูดีเวทภู. (2563). การตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการเข้าโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมบุญ ชัดติยะสวศ์. (2562). การรับรู้การบริการของโรงพยาบาลตามกรอบกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการห้องตรวจโรคอายุรกรรม โรงพยาบาลตำรวจ. *วารสารพยาบาลตำรวจ*, 11(2), กรกฎาคม-ธันวาคม.

<https://he01.tci-thaijo.org/index.php/policenurse/article/download/179527/154708/>

สมฤทธิ ศรีธำรงสวัสดิ์, บุญยวีร เอื้อศิริวรรณ และพินุตสร เหมพลีทธิ. (2565). ความเหลื่อมล้ำระหว่างระบบหลักประกันสุขภาพในประเทศไทย. สำนักงานวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย.

<https://kb.hsri.or.th/dspace/bitstream/handle/11228/3803/Samrit2%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(1), มกราคม-เมษายน.

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ibas/article/download/170494/130015>

ฤทัยรัตน์ จินประดิษฐ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภาษาอังกฤษ

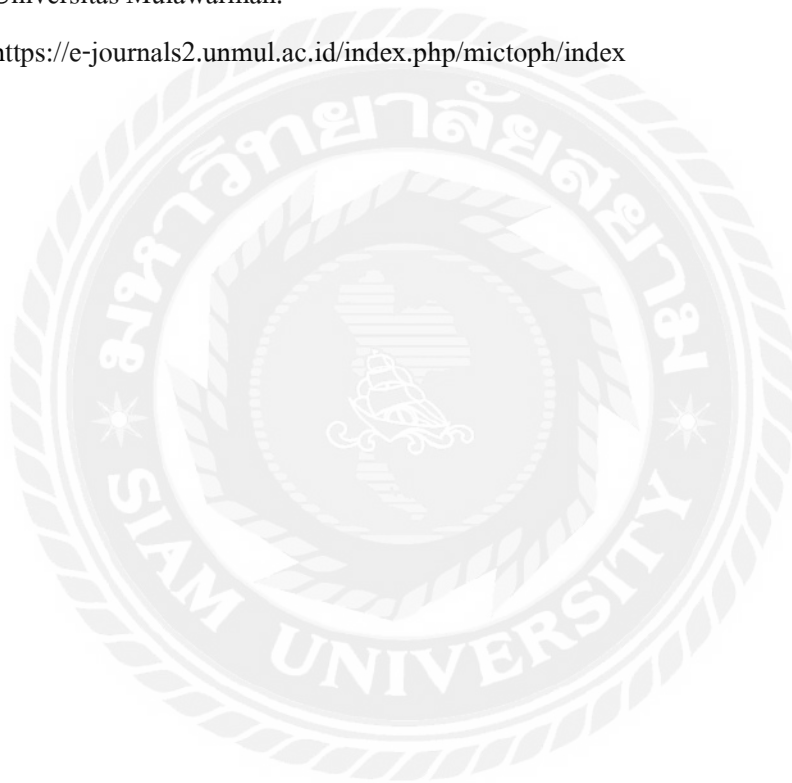
- Al-Busaidi, I., Al-Habsi, H., & Al-Zaabi, S. (2022). *Impact of digital health technologies on patient care quality in hospitals*. *International Journal of Healthcare Management*, 15(4), 289–298.
- Chana, P., Siripipatthanakul, S., Nurittamont, W., & Phayaphrom, B. (2021). Effect of the service marketing mix (7Ps) on patient satisfaction for clinic services in Thailand. *International Journal of Business, Marketing and Communication*, 1(2), 1–15.
<https://ssrn.com/abstract=3944080>
- Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2015). *Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Donabedian, A. (1988). The quality of care. How can it be assessed? *JAMA*, 260(12), 1743–1748.
- Intellify Global. (2568). *ภาพรวมอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพประเทศไทย 2568–2573*.
<https://www.intellifyglobal.com/thailand-healthcare-industry-outlook-2025/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Martin, G. (2021). Hospitals pursue a new way forward in 2021: Top 10 trends to watch. *Hospital & Healthcare Management*.
<https://www.hhmglobal.com/knowledge-bank/articles/hospitals-pursue-a-new-way-forward-in-2021-top-10-trends-to-watch>
- Nur Al Islamiyah, M., & Wuisan, D. S. S. (2024). Analyzing the impact of marketing mix and hospital brand image on patient satisfaction and loyalty: A study at XYZ maternity hospital. *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 4(10), 8662–8681.
<https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i10.1581>
- Pomponi, F., Fratocchi, L., & Rossi Tafuri, S. (2015). Trust development and horizontal collaboration in logistics: A theory based evolutionary framework. *Supply Chain Management: An International Journal*, 20(1), 83–97.
<https://doi.org/10.1108/SCM-02-2014-0070>

Ulrich, R. S., Zimring, C., Quan, X., Joseph, A., & Choudhary, R. (2008). The role of the physical environment in the hospital of the 21st century: A once-in-a-lifetime opportunity. Center for Health Design.

https://www.healthdesign.org/system/files/Ulrich_Role%20of%20Physical_2008.pdf

Yusron, A., Rohmah, N., & Ningsih, R. (2024). *The influence of marketing mix (7P) on patient satisfaction in hospitals: A literature review*. In *Proceedings of the 3rd Mulawarman International Conference on Tropical Medicine and Public Health (MICTOPH 2024)*. Universitas Mulawarman.

<https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/mictoph/index>







แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น

ผู้วิจัย นางสาวศโรชา บุญปลีก

หลักสูตรบัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่

สัมภาษณ์เมื่อวันที่ เดือน พ.ศ. สถานที่สัมภาษณ์ โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น

เริ่มสัมภาษณ์เวลา ถึงเวลา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. อาชีพ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- 1.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการรักษาเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ
- 1.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการให้บริการที่ครบวงจรและความหลากหลาย
- 1.3 ท่านคิดอย่างไรกับการที่มียารักษาโรคให้เลือกหลากหลายตามงบประมาณผู้ป่วย

2. ด้านราคา (Price)

- 2.1 ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการรักษามีความคุ้มค่าหรือไม่
- 2.2 ท่านคิดว่าอัตราค่าตรวจวินิจฉัยโรคเหมาะสมหรือไม่

3. ด้านสถานที่ (Place)

- 3.1 ท่านคิดว่าความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ ณ โรงพยาบาล สะดวกหรือไม่
- 3.2 ท่านคิดว่าภายในโรงพยาบาลมีสถานที่จอดรถเพียงพอหรือไม่

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- 4.1 ท่านมีความเห็นอย่างไรกับโครงการการตรวจรักษาราคาพิเศษเมื่อมีเทศกาลสำคัญ
- 4.2 ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ในด้านสิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นประโยชน์ต่อท่านหรือไม่ อย่างไร

- 4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในการรักษาหรือการตรวจสุขภาพที่หลากหลาย

5.ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

- 5.1 ท่านคิดว่าแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรักษาหรือไม่
- 5.2 ท่านคิดว่าแพทย์มีความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการตรวจหรือไม่
- 5.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกภายในบริเวณโรงพยาบาล

6.ด้านกระบวนการให้บริการ

- 6.1 ท่านคิดว่าโรงพยาบาลมีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็วและเข้าใจง่าย หรือไม่อย่างไร
- 6.2 ท่านคิดว่าระยะเวลาในการตรวจรักษาของแพทย์มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

7.ด้านสภาพแวดล้อม

- 7.1 ท่านคิดว่าโรงพยาบาลมีการรักษาความสะอาดตามมาตรฐานหรือไม่ อย่างไร
- 7.2 สัดส่วนของพื้นที่ห้องตรวจโรค พื้นที่รอรับยา ภายในบริเวณโรงพยาบาลมีความเหมาะสมหรือไม่



ร่างแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย IOC (Index of Item Objective Congruence)

ร่างแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (IOC)

เรื่อง แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ
โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น”

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ อยู่ในขั้นตอนการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาล
เกษมราษฎร์ ประชาชื่น

2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์
ดัชนีความสอดคล้อง (Index of objective congruence: IOC) ของแบบสัมภาษณ์ และข้อเสนอแนะ
ของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4. ขอความกรุณาผู้ทรงคุณวุฒิหรือท่านผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาแบบสัมภาษณ์ว่ามี
ความสอดคล้องกับตัวแปรของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามใน
ระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

1) ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
ศึกษา

2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
ศึกษา

3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

5. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้นๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสโรชา บุญปลีก
นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสยาม



ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจงของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	เพศ				
2.	อายุ				
3.	สถานภาพ				
4.	อาชีพ				
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

แบบสัมภาษณ์นี้ มีความต้องการสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการศึกษา
องค์กรโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด(7P's) โปรดอ่านและพิจารณาตอบคำถาม โดยทำ
เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 ข้อ
คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ : โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยการศึกษาองค์กร
สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่จะวัดหรือไม่ โปรดตอบโดยทำเครื่องหมาย
คำชี้แจง เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1.	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)				
1.1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการรักษาเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ				
1.2	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการให้บริการที่ครบวงจรและความหลากหลาย				
1.3	ท่านคิดอย่างไรกับการที่มียารักษาโรคให้เลือกหลากหลายตามงบประมาณผู้ป่วย				
2.	ด้านราคา (Price)				
2.1	ท่านได้รับความพึงพอใจจากค่าใช้จ่ายที่เสียไปหรือไม่				
2.2	ท่านคิดว่าอัตราค่าตรวจวินิจฉัยโรคเหมาะสมหรือไม่				
3.	ด้านสถานที่ (Place)				
3.1	ท่านคิดว่าความสะดวกในการเดินทางมารับบริการสะดวกหรือไม่				
3.2	ท่านคิดว่าภายในโรงพยาบาลมีความอำนวยความสะดวกในเรื่องที่จอดรถหรือไม่				

ข้อ	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
4.	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)				
4.1	ท่านมีความเห็นอย่างไรที่การตรวจรักษาราคาพิเศษ เมื่อมีเทศกาลสำคัญ				
4.2	ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ในด้านสิทธิ ประโยชน์ของผู้ใช้บริการได้ประโยชน์หรือไม่				
4.3	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรการจัดโปรแกรมราคา พิเศษในการรักษา หรือการตรวจสอบภาพ				
5.	ด้านบุคลากรที่ให้บริการ(People)				
5.1	ท่านคิดว่าแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรักษา หรือไม่				
5.2	ท่านคิดว่าแพทย์มีความเอาใจใส่และความ กระตือรือร้นในการตรวจหรือไม่				
5.3	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่มีเจ้าหน้าที่คอย อำนวยความสะดวกภายในบริเวณโรงพยาบาล				
6.	ด้านกระบวนการให้บริการ(Process)				
6.1	ท่านคิดว่าโรงพยาบาลมีขั้นตอนการให้บริการเป็น อย่างไร กรุณาอธิบาย				
6.2	ท่านคิดว่าระยะเวลาในการตรวจของแพทย์มีความ เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร				
7.	ด้านสภาพแวดล้อม(Physical Evidence)				
7.1	ท่านคิดว่าโรงพยาบาลมีการรักษาความสะอาดตาม มาตรฐานหรือไม่ อย่างไร				
7.2	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับความเป็นสัดส่วน ของพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ห้องตรวจโรค พื้นที่รอรับยา ภายในบริเวณ โรงพยาบาล				

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

วันที่



ผลรวมค่า IOC (Index of Item Objective Congruence)

ผลการตรวจหาค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

(Item Objective Index: IOC)

ส่วนที่ 1 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	สรุปความ สอดคล้อง
		1	2	3		
1.	เพศ	1	1	1	1	สอดคล้อง
2.	อายุ	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.	สถานภาพ	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	อาชีพ	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.	รายได้ต่อเดือน	1	1	1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนประสมทางการตลาด 7P's แบบปลายเปิด

ข้อ	ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	สรุปความ สอดคล้อง
		1	2	3		
1.	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการรักษาเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ	1	1	1	1	สอดคล้อง
1.2	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการให้บริการที่ครบวงจรและความหลากหลาย	1	1	1	1	สอดคล้อง
1.3	ท่านคิดอย่างไรกับการที่มียารักษาโรคให้เลือกหลากหลายตามงบประมาณผู้ป่วย	1	1	1	1	สอดคล้อง
2.	ด้านราคา (Price)					
2.1	ท่านได้รับความพึงพอใจจากค่าใช้จ่ายที่เสียไปหรือไม่	1	-1	1	0.33333333	ไม่สอดคล้อง

ข้อ	ข้อความถาม	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	สรุปความ สอดคล้อง
		1	2	3		
2.2	ท่านคิดว่าอัตราค่าตรวจวินิจฉัยโรคเหมาะสมหรือไม่	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.	ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ (Place)					
3.1	ท่านคิดว่าความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ สะดวกหรือไม่	1	1	1	1	สอดคล้อง
3.2	ท่านคิดว่าภายในโรงพยาบาลมีความอำนวยความสะดวกในเรื่องที่จอดรถหรือไม่	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1	ท่านมีความเห็นอย่างไรที่การตรวจรักษาราคาพิเศษเมื่อมีเทศกาลสำคัญ	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.2	ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์ในด้านสิทธิประโยชน์ของผู้ใช้บริการได้ประโยชน์หรือไม่	1	1	1	1	สอดคล้อง
4.3	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรการจัดโปรแกรมราคาพิเศษในการรักษาหรือการตรวจสุขภาพ	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.	ด้านบุคลากร (People)					
5.1	ท่านคิดว่าแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรักษาหรือไม่	1	1	1	1	สอดคล้อง
5.2	ท่านคิดว่าแพทย์มีความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการตรวจหรือไม่	1	1	1	1	สอดคล้อง

ข้อ	ข้อความคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	สรุปความ สอดคล้อง
		1	2	3		
5.3	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกภายในบริเวณโรงพยาบาล	1	1	1	1	สอดคล้อง
6.	ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
6.1	ท่านคิดว่าโรงพยาบาลมีขั้นตอนการให้บริการเป็นอย่างไร กรุณาอธิบาย	1	1	1	1	สอดคล้อง
6.2	ท่านคิดว่าระยะเวลาในการตรวจของแพทย์มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง
7.	ด้านกระบวนการ (Process)					
7.1	ท่านคิดว่าโรงพยาบาลมีการรักษาความสะอาดตามมาตรฐานหรือไม่ อย่างไร	1	1	1	1	สอดคล้อง
7.2	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับความเป็นสัดส่วนของพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ห้องตรวจโรค พื้นที่รอรับยาภายในบริเวณโรงพยาบาล	1	1	1	1	สอดคล้อง

หนังสือแสดงความยินยอมการให้สัมภาษณ์ (กรณีงานวิจัยเชิงคุณภาพ)

เรียนท่านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์การวิจัย โดยหัวข้อการวิจัยเป็นหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น ส่วนแรกของแบบสัมภาษณ์เป็นคำถามเกี่ยวกับ สถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ คำถามส่วนที่สองเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น การวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ที่แนบมาเก็บข้อมูล สำหรับคำตอบของท่านเป็นการสะท้อนความคิดเห็นของท่าน จึงไม่มีถูกและไม่มีผิด ชื่อนามสกุล และข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ และการรายงานผลการวิจัยจะรายงานเป็นภาพใหญ่

ก่อนที่ท่านจะทำแบบสัมภาษณ์นี้ ขอให้ท่านลงนามในหนังสือแสดงความยินยอมข้างล่างนี้ การลงนามเป็นการแสดงว่า ท่านเข้าใจในลักษณะการวิจัย เข้าใจบทบาทของท่านในการวิจัย และท่านยินยอมเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ ท่านสามารถติดต่อกับผู้วิจัยได้ที่อีเมลล์ และหมายเลขโทรศัพท์ข้างล่าง

ขอขอบคุณท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถาม

นางสาวสโรชา บุญปลีก

tongkaow99@gmail.com, 062-742-4184

หนังสือแสดงความยินยอม

[] ข้าพเจ้าได้รับการบอกเล่าถึงวัตถุประสงค์และลักษณะของการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้ามีโอกาสได้ซักถาม มีเวลาเพียงพอในการอ่าน และทำความเข้าใจกับข้อมูลในเอกสารนี้อย่างถี่ถ้วน และได้รับเวลาเพียงพอในการตัดสินใจว่าจะเข้าร่วมการศึกษาวิจัยนี้หรือไม่

[] ข้าพเจ้ายินดีเข้าร่วมการวิจัยโดยอิสระ และไม่ได้ถูกบังคับหรือข่มขู่แต่อย่างใด

[] ข้าพเจ้าเข้าใจว่าข้าพเจ้าสามารถปฏิเสธการเข้าร่วมการวิจัย หรือถอนตัวออกจากกรวิจัยเมื่อใดก็ได้ที่ข้าพเจ้าต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องให้เหตุผล และไม่มีผลกระทบแก่ข้าพเจ้า

[] ข้าพเจ้าได้รับการยืนยันจากผู้วิจัยว่า ข้อมูลที่ข้าพเจ้าให้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และผลการวิจัยจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว

[] ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้าพเจ้ามีอายุ 18 ปีขึ้นไป ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และยินยอมเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ตามเงื่อนไขข้างต้น

.....ผู้ตอบแบบสอบถาม
วันที่.....เดือน.....ปี.....

ประวัติผู้วิจัย



1. ชื่อ สกุล นางสาวสโรชา บุญปลีก
2. ตำแหน่งปัจจุบัน นักจัดการงานทั่วไป
3. หน่วยงานที่สามารถติดต่อได้ แขวงทางหลวงชนบทบุรี
โทร. 062-742-4184
Email: tongkaow99@gmail.com
4. ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาตรี	คณะบริการธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสยาม
ระดับปริญญาโท	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยสยาม (กำลังศึกษา)