

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อส่วนประสม  
ทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม

ผู้เขียน

นางสาวสุนิศา ไชยสิทธิ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธรา ตันติประภา

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยในหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจใช้บริการแผนกผู้ป่วยในต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ป่วยในหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจใช้บริการแผนกผู้ป่วยในชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยวิธีการสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ใช้สิทธิเบิกจากบริษัทประกันในการรักษา มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยในน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

ผลการศึกษา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความทันสมัยของเครื่องมือหรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้ในการรักษา คุณภาพของยาที่ใช้ในการรักษาและให้การรักษาที่ได้ผล เช่น อาการดีขึ้น และความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาล มีแพทย์เฉพาะทางที่ให้การรักษาตลอดเวลา ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ให้บริการรักษาได้ครอบคลุมทุกโรค

ด้านราคา ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถใช้สิทธิประกันชีวิต หรือสวัสดิการของหน่วยงานได้ มีการให้ส่วนลดผ่านบัตร

สมาชิก (VIP Card) และมีการประกาศและแจ้งอัตราค่าบริการให้ทราบอย่างชัดเจนล่วงหน้า ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและบริการเหมาะสมกับระดับการให้บริการที่ได้รับ และค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและบริการเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลอื่น

ด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ โรงพยาบาลตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน การเดินทางเข้าถึงโรงพยาบาลได้สะดวก และมีรถโดยสารประจำทางหรือรถรับจ้างผ่านเส้นทางของโรงพยาบาล

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการให้ข้อมูลด้านสุขภาพผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และป้ายต่างๆ การจัดทำวารสารเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล เทคโนโลยีในการรักษาใหม่ๆ ให้แก่ผู้รับบริการ และมีการแนะนำ และให้ข้อมูลจากพนักงานของโรงพยาบาล ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การจัดกิจกรรมพิเศษของโรงพยาบาลแก่สมาชิก เช่น การสัมมนา การอบรม และการให้ความรู้แก่ผู้รับบริการ

ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อธิษาศัยไมตรีของแพทย์ ความรู้ ทักษะ ความชำนาญของแพทย์ และความรู้ ทักษะ ความชำนาญของพยาบาล ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่อื่นๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ การเงิน เป็นต้น

ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกไปรับรองแพทย์ มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยา และการจัดเตรียมเอกสาร เพื่อประกอบการเบิกค่ารักษาพยาบาล และการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ระยะเวลาในการจัดส่งเอกสารเบิกประกัน จนถึงบริษัทประกันตอบกลับไม่นาน

ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์ทางการแพทย์มีความสะอาด อุปกรณ์ทางการแพทย์มีความทันสมัย อุปกรณ์ทางการแพทย์ดูใหม่ และห้องพักรักษาผู้ป่วยมีความสวยงาม ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ สถานที่จอดรถเพียงพอ

<b>Independent Study Title</b>	In-Patient Satisfaction Towards Services Marketing Mix of Chiangmai Ram Hospital
<b>Author</b>	Miss Sunisa Chaisit
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Marketing)
<b>Independent Study Advisor</b>	Asst. Prof. Dr. Patchara Tantiprapha

### **ABSTRACT**

This independent study aimed to explore the service marketing mix factors affecting the satisfaction of In-patients or influencing people towards decision to use services from In-patient Division at Chiangmai Ram hospital, Chiang Mai province. Research samplings were specified to 400 Thai In-patients of Chiangmai Ram hospital by using questionnaires as the research tool to collect data. Then, the statistics used to analyze all derived data was frequency, percentage and means.

Most respondents were 20-29 year-old married female, holding Bachelor's degree, working as traders/business owners and earning monthly income at the amount of 10,001-20,000 baht. The majority claimed for medical treatment expenses from the insurance company and had visited the hospital as the inpatient at less than once a month.

Results of the study indicated that in product or service factor, the top three sub-elements that the respondents satisfied with the most were the high-technology of medical tools or devices, the quality of medicines resulting to the effective remedy as found from the patient's recovery and the reliability of hospital by having in-serviced specialists at all times. In contrast, the lowest satisfaction was given to the comprehensive treatments to all diseases.

In price factor, the top three sub-elements that the respondents satisfied with the most were the acceptance of the medical claims from the insurance company or organization welfare, the discount for VIP card holders and the clear notification of medical charge in advance. In contrast, the lowest satisfactions were given to the reasonable medical treatment cost comparing to the services received and the reasonable medical treatment cost in compared with other hospitals.

In place factor, the top three sub-elements that the respondents satisfied with the most were the in- community-area location, the convenient location to access and having public passenger cars or taxi cabs passing through the hospital.

In promotion factor, the top three sub-elements that the respondents satisfied with the most were the publicity of health information via media i.e. newspaper, radio, television, Internet and signboards, the journal publishing on medical treatments and new medical technologies circulated to patients and the advices and descriptions done by hospital officers. In contrast, the lowest satisfaction was given to the special activities for members such as seminar and training to gain knowledge to customers.

In people factor, the top three sub-elements that the respondents satisfied with the most were friendliness, expertise, and competence of doctors and expertise and competence of nurses. In contrast, the lowest satisfaction was given to expertise and competence of other officers in related fields such as the financial officers and public relation officers.

In process factor, the top three sub-elements that the respondents satisfied with the most were the issue of medical testimonial, the advice on certain direction to take medicines, and the document preparation for medical reimbursement as well as the openness for comments and opinions from customers. In contrast, the lowest satisfaction was given to the rapidness in delivering supportive claiming documents to the insurance company.

In physical evidence and presentation, the top three sub-elements that the respondents satisfied with the most were the hygiene of medical devices, the high technology and new medical devices, and the beauty of patient's room. In contrast, the lowest satisfaction was given to sufficient parking area.