

ในการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกโรงพยาบาลรับฝากครรภ์ของสตรีมีครรภ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงพยาบาลรับฝากครรภ์ของสตรีมีครรภ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อคำนวณความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที ททดสอบ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีแอลเอสดี

จากผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงพยาบาลรับฝากครรภ์ภาพรวม มีการตัดสินใจเลือก โรงพยาบาลรับฝากครรภ์อยู่ในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับได้ดังนี้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

การเปรียบเทียบปัจจัยการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงพยาบาลรับฝากครรภ์โดยภาพรวม ผู้ที่มีอาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน สวัสดิการที่ได้รับ ต่างกัน จะมีการตัดสินใจเลือก โรงพยาบาลรับฝากครรภ์แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือก โรงพยาบาลรับฝากครรภ์ เป็นอันดับแรก ดังนั้น ควรจะมีการปรับปรุงอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้มีความทันสมัย สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มารับบริการ ด้านราคา ควรมีการกำหนดค่าใช้จ่าย เพื่อให้สามารถสอบถามค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลก่อนทำการรักษาได้ การตั้งราคาให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจและสวัสดิการที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ ด้านสถานที่ ควรมีการจัดการความเรียบร้อย และความปลอดภัยของอาคารสถานที่ รวมถึงบริเวณที่จอดรถ นอกจากนี้ควรดูแลให้อาคารสถานที่ ห้องน้ำของโรงพยาบาล ของผู้ป่วยให้สะอาดอยู่เสมอ ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการประทับใจและบอกกล่าวปากต่อปากสู่ผู้อื่นมากขึ้น ซึ่งเป็นวิธีที่ประหยัดและได้ผลดีมากที่สุด มีการจัดแพคเกจคลอดแบบเหมาจ่าย ให้สอดคล้องกับสวัสดิการที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ ด้านบุคลากร ควรคำนึงถึง ในเรื่องของการมีแพทย์ประจำโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียง มีความรู้ความชำนาญพิเศษเฉพาะทางในการตรวจรักษาพยาบาลมีความรู้สามารถให้คำแนะนำที่ดีแก่ผู้มาใช้บริการ บุคลากรมีใจรักในการบริการ (Service Mind) ด้านภาพลักษณ์ ควรรักษาภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือ จัดลักษณะการให้บริการ โดยให้ยึดถือผู้มาใช้บริการเป็นศูนย์กลางในการบริการ เพื่อสร้างเป็นเอกลักษณ์ มีการควบคุมและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องที่ได้รับการยอมรับจากสถาบันที่มีชื่อเสียง ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีหน่วยแพทย์บริการ 24 ชั่วโมง กระบวนการให้บริการที่มีมาตรฐานหรือข้อกำหนดชัดเจน มีขั้นตอนรวดเร็ว ไม่ซ้ำซ้อน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้อย่างครบถ้วนตามที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้

The objective of this quantitative study was to explore personal factors and marketing factor on services affecting decision in the selection of a hospital for pre-natal care of pregnant women in Muang district, Chiangmai province. A set of questionnaires was used for data collection and analyzed by using the Statistical Package to find frequency, percentage, mean, and standard deviation. Besides, t-test, one-way analysis of variance, and LSD method were also used in this study. Results of the study revealed the following:

Marketing factor on services had a high level of an affect on decision in the selection of a hospital for pre-natal care of pregnant women in terms of the following: product, personal, image, service process, price, place, and market promotion, respectively.

For a comparative study on marketing factor an services affecting decision in the selection of a hospital of pregnant women, as a whole, it was found that differences in educational attainment, monthly income, and welfare had an affect on the difference of the decision.

For suggestions, improvement of modern medical equipment should be done an a priority. This can create confidence of service users. In the case of price, service charge should be determined and informed before using the services and it should suit to the current economic condition. Also, the hospital should have clear management on general affairs such as tidiness, security system, parking lot, toilet cleanliness etc. For market promotion, the hospital should place the importance of quality services to impress service users, resulting in words-of-mouth Besides, The hospital should offer normal delivery package relevant to welfare that service users will receive. For personal, the hospital should have full time well-known physicians who are very competent in medical treatment. Also, nurses should be more informative. As a whole, hospital personnel must have service mind and keep image and quality of the hospital. For service process, the hospital should have physicians providing 24 hours service with quick steps and be able to meet needs of service users.