

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

การแก้ปัญหาคุณภาพบริการของศูนย์สุขภาพ: กรณีศึกษาศูนย์สุขภาพ ABC ในโรงแรม A จังหวัดภูเก็ต

Improving the Service Quality of Wellness Center: Case Study Wellness Center ABC in Hotel A at Phuket Province

น้ำทิพย์ พันทา / Numthip Puntha

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย / Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce

E-mail: ampnumtip@gmail.com

อริสรา เสยานนท์ / Arisara Seyanont*

การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย / Faculty of Tourism and Service, University of the Thai Chamber of Commerce

Corresponding Author: E-mail: arisara_sey@utcc.ac.th

ประวัติบทความ

ได้รับบทความ 14 กรกฎาคม 2564

แก้ไข 4 ตุลาคม 2564

ตีพิมพ์ 6 ตุลาคม 2564

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการแก้ปัญหาคุณภาพบริการของศูนย์สุขภาพ: กรณีศึกษาศูนย์สุขภาพ ABC ในโรงแรม A จังหวัดภูเก็ต มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สุขภาพเพื่อเพิ่มอัตราการมารับบริการซ้ำและปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการเพื่อให้ตรงตามความพึงพอใจของผู้มารับบริการ การวิจัยนี้ต้องการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพ โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ที่เคยมารับบริการที่ศูนย์สุขภาพจำนวน 80 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพ ABC ทั้ง 5 มิติอยู่ในระดับมากและความพึงพอใจต่อศูนย์สุขภาพอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยที่คุณภาพการบริการทุกด้านทุกมิติมีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อศูนย์สุขภาพ พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนอง ตามลำดับ การวิจัยนี้เสนอแนะว่าศูนย์สุขภาพควรมีแนวทางการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติและควรเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อศูนย์สุขภาพ เพื่อสร้างการบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและดึงดูดให้ผู้รับบริการต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งศูนย์สุขภาพจำเป็นต้องทำการตรวจสอบและประเมินความคืบหน้าเป็นระยะเพื่อให้แนวทางการพัฒนาปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าศูนย์สุขภาพ ABC

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, ศูนย์สุขภาพ, โรงแรม, SERVQUAL

ข้อมูลอ้างอิง: น้ำทิพย์ พันทา และ อริสรา เสยานนท์. (2564). การแก้ปัญหาคุณภาพบริการของศูนย์สุขภาพ: กรณีศึกษาศูนย์สุขภาพ ABC ในโรงแรม A จังหวัดภูเก็ต. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 10(2), 19-26. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2021.3>

Abstract

This research is to study for improving the service quality of Wellness Center ABC in hotel A at Phuket Province. The purpose of this research is to study the level of customer satisfaction on the service quality of Wellness Center ABC for increasing customer retention and improving service quality. SERVQUAL model is applied in the assessment of customer group of Wellness Center ABC's customers at a total of 80 persons. Customers were collected by questionnaires after received a service. Data was analyzed with statistical software by using descriptive statics such as frequency, percentage, and mean. The result showed that the customers are satisfied of qualities of services in all aspects are high in the same direction of customer satisfaction to Wellness Center ABC. In this finding, the quality of tangibles services has strongest relationship with satisfaction, followed by empathy, reliability, assurance, and responsiveness of service, respectively. Recommendation from the research is the Wellness Center ABC should consider developing strategies to improve service standard in all aspects to increase the highest level of customers satisfaction, as well as Wellness Center should pay attention to monitor standard of service in all dimensions.

Keywords: Service quality, Satisfaction, Wellness Center, Hotel, SERVQUAL

บทนำ

ศูนย์สุขภาพ ABC (Wellness Center) ก่อตั้งขึ้นปี 2559 ในโรงแรม A โดยให้บริการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมอย่างครบวงจร โดยมุ่งเน้นบริการที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดีของร่างกาย ด้วยโปรแกรมสุขภาพที่จะปรับร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ให้สู่สภาวะสมดุลด้วยวิถีธรรมชาติ อันประกอบด้วยจิตค้นโปรแกรมสุขภาพถึง 10 รูปแบบ เช่น โปรแกรมลดน้ำหนัก โปรแกรมโยคะ โปรแกรมล้างสารพิษ และ โปรแกรมลดความเครียด เป็นต้น โดยมีจุดเด่นอยู่ที่การใช้ศาสตร์ต่างๆ จากตะวันออกและตะวันตกมาออกแบบเป็นประสบการณ์ใหม่สำหรับลูกค้า ด้วยมีบริการประกอบด้วยคลินิกกายภาพบำบัด โปรแกรมล้างพิษ การนวดเพื่อกระชับสัดส่วน และการนวดเพื่อการรักษาอีกหลากหลายรูปแบบ ทั้งการนวดสปาเพื่อการผ่อนคลาย และออกกำลังกายด้วยครุสออนฟิตเนส โยคะ พิลาทิส มวยไทย กีฬาท่างน้ำอย่างพายเรือ การออกกำลังกายในน้ำ นอกจากนี้ยังเน้นให้ลูกค้ามีโภชนาการที่ดีด้วยอาหารเพื่อสุขภาพที่กำหนดโดยนักโภชนาการผู้เชี่ยวชาญโดยมีห้องอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าที่มารับบริการโปรแกรมสุขภาพเพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การพักผ่อนที่แตกต่าง โดยองค์กรมีความคาดหวังต่อไปในวันข้างหน้าจะสามารถเปลี่ยนโรงแรม A แห่งนี้ให้เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเมื่อมาท่องเที่ยวที่ภูเก็ตและปรับโครงสร้างองค์กรให้เป็นโรงแรมเพื่อสุขภาพเต็มรูปแบบโดยให้บริการเฉพาะผู้มารับบริการโปรแกรมสุขภาพเท่านั้น

หากแต่ปัญหาที่พบคือประมาณแขกที่มารับบริการโปรแกรมสุขภาพมีจำนวนน้อยที่จะมากลับมารับบริการซ้ำ โดยพบว่าในระยะเวลาตั้งแต่เดือน กันยายน 2562 จนถึงปัจจุบันเดือนมีนาคม 2563 มีลูกค้าที่เคยมาพักด้วยโปรแกรมสุขภาพเพียง 6 คนเท่านั้นที่กลับมาใช้บริการซ้ำถือว่าเป็นตัวเลขที่น่ากังวลเป็นอย่างมาก แนวโน้มโดยทั่วไปแนวโน้มผู้มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพ ABC เพิ่มขึ้นไปในทางที่ดีตั้งแต่ปี 2560-2561 หลังจากนั้นเริ่มที่จะลดลงจากปัญหาด้านวิกฤตเรือล่มที่ภูเก็ต จากนั้นปี 2562 ปริมาณผู้มารับบริการเพิ่มขึ้นอย่างมากและมาลดลงอีกครั้งในไตรมาสแรกปี 2563 จากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จากภาวะวิกฤตโลกระบาดและวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก อีกทั้งเดิมที่ศูนย์สุขภาพ ABC มีปัญหาเรื่องปริมาณลูกค้าเก่าที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำมีปริมาณน้อย ทำให้รายได้ของศูนย์สุขภาพลดลง ดังแสดงในภาพที่ 1

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)



ภาพที่ 1 ตารางแสดงรายได้ศูนย์สุขภาพ ABC ปี 2562-2563

จากภาพแสดงปัญหาด้านรายได้ข้างต้นเป็นอุปสรรคสำคัญขององค์กรต่อการพยายามในการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งทางธุรกิจขององค์กรในการที่ต้องการจะเปลี่ยนรูปแบบไปเป็นโรงแรมเพื่อสุขภาพเต็มรูปแบบและให้บริการเฉพาะลูกค้าที่เป็นโปรแกรมสุขภาพ นอกจากนี้ที่ผ่านมาศูนย์สุขภาพยังไม่มีโครงสร้างแบบสอบถามที่ใช้วัดความพึงพอใจกับลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์สุขภาพโดยตรง ทำให้ขาดความเข้าใจในเรื่องความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ ปราณี เอี่ยมละออภักดี (2562) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการหมายถึง คุณสมบัติ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยที่หากลูกค้าพึงพอใจจะเกิดการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องโดยที่การพอใจในคุณภาพการบริการของลูกค้าเป็นการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับบริการที่รับรู้ในมุมมองของลูกค้า Parasuraman et al. (1988) ได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า เครื่องมือ SERVQUAL ที่ใช้ประเมินคุณภาพการบริการ ทั้ง 5 องค์ประกอบ อันได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2) ความไว้วางใจได้ (Assurance) 3) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) 4) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และ 5) การตอบสนอง (Responsiveness) การวัดคุณภาพการบริการมีเป้าหมายขององค์กรธุรกิจคือปิดช่องว่างต่างๆ ในการบริการที่อาจทำให้เกิดส่งผลกระทบต่อบริการให้ผิดขีดหรือให้แคบที่สุดเพื่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุดของลูกค้า รวมถึงเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับธุรกิจ องค์กรสามารถปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อบริการลูกค้าได้ตรงตามความคาดหวัง (Marić et al., 2016) เกิดการบอกต่อในเรื่องคุณภาพการบริการของลูกค้าและการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Kandampully & Suhartanto, 2000) โดยเครื่องมือ SERVQUAL นี้จะวัดคุณภาพการบริการครอบคลุมองค์ประกอบคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน

Schiffman, Kanuk และ Lazar (2007: 9) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คือ “การรับรู้ส่วนบุคคลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เชื่อมโยงกับความคาดหวังของลูกค้า” ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ ทั้งนี้ Schiffman, Kanuk และ Lazar (2007: 9) ได้กล่าววาระดับความพึงพอใจของลูกค้ามีทั้งหมด 5 ระดับดังนี้คือ ระดับที่ 1 เรียกว่าผู้ที่มีความภักดี (Loyalists) ระดับที่ 2 เรียกว่าผู้ที่เปลี่ยนใจ (Defectors) ระดับที่ 3 เรียกว่าผู้ก่อการร้าย (Terrorists) ระดับที่ 4 เรียกว่า (Hostages) ระดับที่ 5 ผู้รับจ้าง (Mercenaries) โดยเป้าหมายของทุกองค์กรธุรกิจคือมุ่งสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าเพื่อเพิ่มสัดส่วนของกลุ่มผู้มีความภักดี (Loyalists) (Sulaiman et al., 2020) และการกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ (Kandampully, Hu & Hui, 2007) ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องส่งเสริมการบริการที่ดีและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า (Makanyeza & Chikazhe, 2017) เนื่องจากคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์องค์กรมีผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าองค์กร (Ngo & Nguyen, 2016) โดยการวัดระดับความพึงพอใจ สามารถวัดได้จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์หรือสอบถามจากผู้ให้บริการ หรือจากการสังเกตพฤติกรรม

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรจะช่วยให้เห็นถึงภาพรวมของการตลาดทั้งในการสร้างการตลาดใหม่ เห็นช่องทางการตลาด พบโอกาสจากแนวโน้มความต้องการของลูกค้าและเห็นอุปสรรคที่ขัดขวางการบริหารตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคช่วยให้องค์กรเห็นขีดความสามารถที่ต้องเร่งพัฒนาเพื่อใช้เป็นโอกาสในการนำธุรกิจให้ผ่านพ้นอุปสรรคในการบริหารธุรกิจ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรนั้นต้องวิเคราะห์ทั้ง 3 ระดับ คือทั้งระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับหน้าที่ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กร เรียกว่า SWOT Analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค (Opportunity and Threat) ที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กรและเพื่อติดตามความต้องการของลูกค้าและนำมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เพื่อวิเคราะห์และประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (Strength and Weakness) ขององค์กรทั้งในด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า ความทุ่มเทของบุคลากร ตลอดจนการตอบสนองของพนักงานด้านบริการลูกค้า ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะสามารถนำมาสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดกำไร ในการศึกษาการแก้ปัญหาคุณภาพบริการ: กรณีศึกษาศูนย์สุขภาพ ABC ในโรงแรม A จะใช้เครื่องมือ TOWS matrix ในการสร้างกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการโปรแกรมสุขภาพเพื่อเพิ่มอัตราการมารับบริการซ้ำและ 2) ปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการเพื่อให้ตรงตามความพึงพอใจของผู้มารับบริการ โดยนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และนำมาสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดกำไร นอกจากนี้ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการบริการและสร้างการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพ ABC และกับองค์กรอื่นๆ ที่มีรูปแบบทางธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน

วิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ในการศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ที่เคยมารับบริการศูนย์สุขภาพ ABC จำนวน 80 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าคนไทยทั้งหมด โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาโนะ (Yamane, 1973) กำหนดสัดส่วนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 80 คนทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าชาวไทยทั้งหมดและเคยมีประสบการณ์มาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพ ชุดแบบสอบถามจะถูกส่งให้ผู้รับบริการกรอกแบบสอบถามหลังการใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพ ABC

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

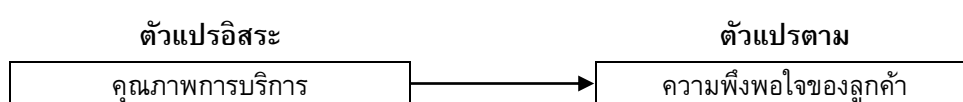
การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลการวิจัยโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้ คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ย สถานภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกคำตอบตามความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพที่ได้รับตามเครื่องมือ SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) จำนวน 22 ข้อแบ่งคำถามตามมิติการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจได้ ความเป็นรูปธรรม การดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง โดยกำหนดใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5 (Likert Scale) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อการประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สุขภาพ จำนวน 10 ข้อคำถามโดยกำหนดใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5 (Likert Scale)

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ย สถานภาพ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการที่ได้รับและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมศูนย์สุขภาพ (Environment Analysis) โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis จาเพื่อสร้างกลยุทธ์เพื่อแก้ไขคุณภาพการบริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูล แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการการแก้ปัญหาคุณภาพบริการ: กรณีศึกษาศูนย์สุขภาพ ABC ในโรงแรม A จังหวัดภูเก็ตสามารถแสดงให้เห็นเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ผลการวิจัย

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถามพบว่าข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่เคยมารับบริการศูนย์สุขภาพ จำนวน 80 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเพศชายจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไปจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 สำหรับรายได้เฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 300,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ด้านการประกอบอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ด้านสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงานจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการบริการด้านการแพทย์และพยาบาลจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3

ระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพ

พบว่าผู้มารับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในระดับมาก ดังแสดงตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สถิติค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพ ABC

คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรม	3.80	1.00	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	3.71	0.91	มาก
ด้านการตอบสนอง	3.56	1.03	มาก
ด้านความไว้วางใจได้	3.63	0.87	มาก
ด้านการดูแลเอาใจใส่	3.73	0.86	มาก
รวม	3.68	0.90	มาก

พิจารณาพบว่าระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติอยู่ในระดับมาก โดยด้านความเป็นรูปธรรมมีผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ด้านความน่าเชื่อถือระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการมีค่าเฉลี่ย

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

เท่ากับ 3.71 ด้านการตอบสนองระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ด้านความไว้วางใจได้ระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และด้านการดูแลเอาใจใส่ระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพ ABC มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สุขภาพ ABC

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สุขภาพ ABC	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานศูนย์สุขภาพในการจัดการจองบริการตามลำดับ ก่อน-หลัง อย่างถูกวิธี	4.11	1.22	มาก
มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานศูนย์สุขภาพที่บริการด้วยความเสมอภาค	4.36	1.15	มาก
มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานศูนย์สุขภาพในการให้บริการตรงเวลา	3.80	0.83	มาก
มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานศูนย์สุขภาพในการบริการด้วยความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	3.78	0.83	มาก
มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานศูนย์สุขภาพในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ภายหลังท่านได้รับบริการ	3.96	0.79	มาก
มีความพึงพอใจต่อการตกแต่งห้องนัดและสภาพแวดล้อมโดยรอบศูนย์สุขภาพ	4.11	0.80	มาก
มีความพึงพอใจต่อช่วงเวลาเปิดบริการของศูนย์สุขภาพ	3.50	1.02	มาก
มีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของบริการของศูนย์สุขภาพ (เมนู)	3.73	1.04	มาก
มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของศูนย์สุขภาพ ABC เมื่อเทียบกับศูนย์สุขภาพอื่น	3.64	0.94	มาก
ความพึงพอใจโดยรวมของท่านต่อศูนย์สุขภาพ ABC	3.88	0.83	มาก
รวม	3.89	0.95	มาก

จากตารางความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สุขภาพ ABC โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 3.89

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของศูนย์สุขภาพเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์สามารถสรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) 1) ศูนย์สุขภาพมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย 2) ศูนย์สุขภาพมีการออกแบบอาคารทั้งภายนอกและภายในที่สวยงาม 3) พนักงานบริการของศูนย์สุขภาพแต่งกายสะอาดและเรียบร้อย 4) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการของศูนย์สุขภาพ เช่น เมนูการบริการ มีรูปแบบที่สวยงาม

จุดอ่อน (Weakness) 1) พนักงานในหน่วยงานองค์กรภายในขาดระบบการส่งมอบข้อมูล เช่น ปัญหาด้านการส่งข้อมูลระหว่างหน่วยงานย่อยภายใน เป็นต้น 2) รูปแบบกิจกรรมไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย ไม่สนุกสนานมีผลทำให้ลูกค้าลดน้อยลง 3) ศูนย์สุขภาพ ABC ขาดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 4) ศูนย์สุขภาพ ABC มีโครงสร้างการทำงานที่ไม่เอื้อต่อการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เช่น มีเจ้าหน้าที่ในแต่ละตำแหน่งไม่เพียงพอ บางวันเจ้าหน้าที่ไม่อยู่เนื่องจากติดภารกิจไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ 5) การบริหารของศูนย์สุขภาพ ABC ใช้รูปแบบการบริการเชิงรับ ขณะที่การเข้าถึงข้อมูลของลูกค้ายังไม่สะดวกพอ ติดรูปแบบกิจกรรมการให้บริการแบบเดิม เน้นให้องค์ความรู้เพียงอย่างเดียวจึงทำให้ขาดมิติความสนุกสนาน เร้าใจ ไม่ทันสมัย ไม่ดึงดูดผู้รับบริการ 6) การปรับปรุงสถานที่และทรัพยากรของศูนย์สุขภาพ ABC

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

ไม่สะดวก อุปสรรคที่ให้บริการไม่เพียงพอ รวมถึงการจัดสรรเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการทั้งในเวลาและนอกเวลาไม่ครอบคลุม ทำให้เกิดความเสียหายของอุปกรณ์ การใช้อุปกรณ์ไม่ถูกต้อง เป็นต้น

โอกาส (Opportunity) 1) โครงการหน่วยงานภาครัฐจัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาทักษะและศักยภาพตามหลักสูตรต่างๆ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการดูแลสุขภาพ ได้เข้ามาศึกษาดูงานและนำมาเพื่อถ่ายทอดให้กับทีมดำเนินงานในหน่วยงานนั้นๆ เช่น หลักสูตรโภชนาการเพื่อการบำบัดและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางด้านร่างกายและจิตใจให้กับผู้มาซื้อบริการด้านสุขภาพ

อุปสรรค (Threat) 1) การบริหารในหน่วยงานองค์กรยังขาดการพัฒนาด้านการบริการให้มีประสิทธิภาพ เช่นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 2) ปัญหาด้านงบประมาณค่าในการให้บริการแก่ลูกค้าและพนักงานไม่พอเพียง 3) ขาดระบบการติดตามประสานงานกับลูกค้าเพื่อให้มารับบริการได้ตามนัดเนื่องจากไม่มีการมอบหมายงานให้มีฝ่ายที่ดูแลด้านประสานงานกับลูกค้าที่ชัดเจน 4) การประชาสัมพันธ์ศูนย์สุขภาพน้อยมากและไม่ครอบคลุมในทุกๆ ด้าน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการโดยรวมของศูนย์สุขภาพ ABC มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และมีความพึงพอใจต่อศูนย์สุขภาพในระดับมากเช่นกันโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 หากพิจารณาโดยภาพรวมแล้วเห็นวาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันโดยสอดคล้องกับ Sulaiman et al, (2020) ที่เคยศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากการรักษาคุณภาพการบริการในทุกมิติล้วนมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Afthanorhan et al, 2020) ศูนย์สุขภาพ ABC ควรจะพัฒนากลยุทธ์เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจต่อการบริการของลูกค้าได้อีกโดยควรตั้งเป้าหมายให้ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติและระดับความพึงพอใจต่อศูนย์สุขภาพเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ในทุกด้านโดยพิจารณาแนวทางการเพิ่มคุณภาพจากอาศัยองค์ประกอบรายชื่อจากทั้ง 5 มิติต่อคุณภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจและการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ดีของลูกค้าทั้งสิ้น (Marić et al, 2016) นอกจากนี้คุณภาพการบริการเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจซื้อบริการซ้ำและการบอกต่อเพราะเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะมีแนวโน้มในการบอกต่อถึงคุณภาพการบริการและตัดสินใจรับบริการซ้ำ (Liu & Lee, 2016)

เพื่อเป็นแนวทางการสร้างการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า จึงขอเสนอกลยุทธ์ 3 ประการดังต่อไปนี้ให้ศูนย์สุขภาพ ABC ในการปรับปรุงการบริการ

1) แนวทางการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติและสร้างการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า แนะนำให้ประยุกต์ใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategy) อันเป็นกลยุทธ์ในระดับองค์กร (Corporate Strategy) โดย 1) ศูนย์สุขภาพควรจัดอบรมภายในองค์กรให้กับพนักงานทุกระดับและจัดอบรมภายนอกองค์กรให้กับประชาชนในชุมชนในพื้นที่เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพิ่มช่องทางสื่อสารและประชาสัมพันธ์ศูนย์สุขภาพกับบุคคลภายนอก 2) ประสานความร่วมมือกับโรงพยาบาลในการจัดการดูงานและส่งต่อลูกค้าระหว่างกันโดยให้โรงพยาบาลส่งผู้ป่วยที่จำเป็นต้องมีการพักฟื้นมาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพและให้โรงพยาบาลจัดอบรมทักษะการช่วยชีวิตเบื้องต้นประจำปีให้ศูนย์สุขภาพเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้ผู้มารับบริการ 3) จัดตั้งแผนลูกค้าสัมพันธ์ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์สุขภาพให้ประชากรในพื้นที่ได้รู้จักมากยิ่งขึ้นมุ่งเน้นการทำการตลาดเชิงรุกทั้งต่อในกลุ่มลูกค้าและกลุ่มภาคีเครือข่าย

2) แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อศูนย์สุขภาพเพื่อเพิ่มความพึงพอใจคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับ “มากที่สุด” เพื่อดึงดูดให้ผู้รับบริการต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ ศูนย์สุขภาพสามารถดำเนินกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) โดยใช้กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เช่นมีบริการด้านส่งเสริมสุขภาพและป้องกันปัญหาด้านสุขภาพลูกค้าและประชาชนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลดังนี้ 1) จัดกิจกรรมออกกำลังกายทางช่องทางออนไลน์ 2) เปิดสอนโภชนาการสำหรับลูกค้าที่ต้องการลดน้ำหนัก 3) สอนทำอาหารออนไลน์

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

- 4) เปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในศูนย์สุขภาพได้โดยตรงผ่านช่องทางแชทบนหน้าเว็บไซต์
- 5) นำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาถ่ายทอดในองค์กร เช่น จัดซื้อเครื่องมือออกกำลังกายชนิดใหม่ที่คู่แข่งไม่มีให้บริการ
- 3) ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) ใช้กลยุทธ์ปรับเปลี่ยน (Retrench Strategy) เพื่อการประเมินคุณภาพการบริการของศูนย์สุขภาพ ABC โดยใช้บุคลากรภายนอกเข้ามาประเมินการทำงานของศูนย์สุขภาพปีละครั้ง นำข้อมูลที่ได้พัฒนามาตรฐานให้พนักงานบริการทุกคนได้ปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนด

เอกสารอ้างอิง

- ปรานี เอี่ยมละออภักดี. (2562). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชา MK526 กลยุทธ์การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13-24.
- Kandampully, H., & Hyphen, H. (2007). Do hoteliers need to manage image to retain loyal customers?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 435-443.
- Liu, S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42-54.
- Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty: Evidence from the banking sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 540-556.
- Marić, D., Marinković, V., Marić, R., & Dimitrovski, D. (2016). Analysis of tangible and intangible hotel service quality components. *Industrija*, 44(1), 7-25.
- Ngo, M., & Nguyen, H. (2016). The relationship between service quality, customer satisfaction and customer loyalty: An investigation in Vietnamese retail banking sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103-116.
- Sulaiman, S., Mohd, A., Azmi, A., & Mohamad, F. (2020). Customer satisfaction and service quality of spa in Penang. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 4, 115-124.