DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

พัชริดาพร สืบสำราญ

การศึกษารายบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปีการศึกษา 2565

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

THE FACTORS OF CORPORATE IMAGE AND SERVICE QUALITY THAT INFLUENCE THE DECISION TO SELECT PRIVATE HOSPITALS IN BANGKOK

PHATCHARIDAPRON SUEBSAMRAN

An Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administrations Program
College of Innovative Business and Accounting,
Dhurakij Pundit University
Academic Year 2022

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ใบรับรองการศึกษารายบุคคล

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หัวข้อการศึกษารายบุคคล ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

เสนอโดย พัชริดาพร สืบสำราญ

สาขาวิชา การจัดการการตลาดดิจิทัล

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล ดร.จิราพร ชมสวน

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบการศึกษารายบุคคลแล้ว

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

..... กรรมการที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล

(ดร.จิราพร ชมสวน)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว

..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ.2566

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

หัวข้อการศึกษารายบุคคล	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	พัชริดาพร สืบสำราญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. จิราพร ชมสวน
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (3) เปรียบเทียบปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัย คือ ผู้มาใช้บริการและชำระค่าบริการที่โรงพยาบาลแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งทราบขนาดประชากร กำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 400 คน โดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ เชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานจะวิเคราะห์ โดยค่าสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample t-test, One-way ANOVA (F-test) พร้อมกับเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.25 มีอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.75 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.25 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 55.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.00 (1) จากการศึกษาระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบริการอยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ จากศึกษาระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านการตอบสนองอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ (2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ และอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน (3) ปัจจัยประชากรศาสตร์

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อายุ และอาชีพ

ข้อเสนอแนะ (1) ควรให้ความสำคัญในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมเพื่อสังคมที่ให้ลูกค้าและคนภายนอกได้รับทราบมากขึ้น (2) ควรศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ที่เหมาะสมในแต่ละช่วงอายุเพื่อทำให้สามารถสื่อสารไปยังลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (3) ควรเลือกใช้พรีเซนเตอร์ หรืออินฟลูเอนเซอร์ ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะทำการสื่อสาร (4) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานให้มีคุณสมบัติและความสามารถในการให้การบริการให้ตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง โดยจัดอบรมฝึกฝนพนักงานให้มีทักษะใหม่ๆที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ (5) ควรตอบสนองผู้รับบริการอย่างทันท่วงที มีการโทรติดตามอาการทุกครั้ง อีกทั้งหมั่นสอบถามความคิดเห็นผู้รับบริการเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์องค์กร, คุณภาพการบริการ, การตัดสินใจ

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

An Individual Study Title	THE FACTORS OF CORPORATE IMAGE AND SERVICE QUALITY THAT INFLUENCE THE DECISION TO SELECT PRIVATE HOSPITALS IN BANGKOK
Author	Phatcharidapron Suebsamran
An Individual Study Advisor	Dr. Jiraporn Chomsuan
Program	Master of Business Administration
Academic Year	2022

ABSTRACT

This study aimed to: 1) examine the influence of the factors regarding corporate image and service quality on the decision to select private hospitals in Bangkok, 2) to compare the factors of corporate image that influence the decision to select private hospitals in Bangkok classified by demographics, and 3) to compare the factors of service quality that influence the decision to select private hospitals in Bangkok classified by demographics. The population consisted of 400 customers from a hospital in Bangkok. The Taro Yamane formula was employed to calculate the population. The instrument used in this study was an online questionnaire. The data was analyzed using descriptive statistics including percentage, means, and standard deviation. The hypothesis of the study was tested using independent sample t-test, One-way ANOVA (F-test), and Fisher's least significant difference at a significance level of 0.05.

The following were the results of the study. Respondents were mostly women with a percentage of 58.25. The majority of respondents' ages ranged from 20-30 with a percentage of 45.75. Most graduated with a bachelor's degree with a percentage of 75.60 and were single with a percentage of 57.25. Most worked at private companies with a percentage of 55.50 and their monthly income ranged from 20,001 to 45,000 baht with the percentage of 47.00.

The influence from the factors regarding the corporate image was marked as the most important. When considering each factor, the factor regarding the employees was the highest followed by the organization, the service and responsibilities towards society respectively. The influence from the factor regarding the service quality was overall at the highest level. The factor with the highest mean was the credibility and the response towards the service followed by the physical evidence, the reliability and the care of the service respectively. The difference in demographic factors regarding the corporate image that influenced the decision to select

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

the private hospital in Bangkok showed that the factors regarding gender and career weren't significantly different except from age, educational background, status, and monthly income. The difference in demographic factors regarding the service quality that influenced their decision to select the private hospital in Bangkok pointed out that gender, educational background, status, and monthly income weren't significantly different except for age and career.

Suggestions were as follows. (1) There should be an emphasis on more communication, public relations, and activities for society for customers and stakeholders. (2) More methods of public relations, both online and offline, should be employed to suit customers in different age groups. (3) There should be presenters or influencers in public relations for more effective communication to customers. (4) It is vital to develop the employees to become more qualified and competent so that they can effectively provide services to customers. More training programs should be provided for employees to develop new skills. (5) The services should be provided to customers immediately. There should be check-up calls to check customers' service levels and improve and develop the quality of services.

Keywords: Corporate image, Service quality, Decision making

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษารายบุคคล เรื่องปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. จิราพร ชมสวน อาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ข้อชี้แนะที่เป็นประโยชน์เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้ถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร สารนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ทุกเล่มที่ช่วยให้การศึกษารายบุคคลนี้มีความสมบูรณ์ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวและเพื่อนๆ ทุกท่านที่ให้ความรัก ความห่วงใยและเป็นกำลังแรงใจ จนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำการศึกษารายบุคคลฉบับนี้ลุล่วงไปด้วยดี

พัชริดาพร สืบสำราญ

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฑ
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ที่เป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	7
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ	9
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	11
3. ระเบียบวิธีวิจัย	12
3.1 ประชากรและตัวอย่าง	12
3.2 เครื่องมือที่ใช้ศึกษาในการรวบรวมข้อมูล	13
3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย	14
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ	15

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ **หน้า**

4. ผลการวิจัย..... 16
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 16
4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร 19
4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร 22
4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน..... 26
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 49
5.1 สรุปผลการวิจัย..... 49
5.2 อภิปรายผลการวิจัย..... 53
5.3 ข้อเสนอแนะ..... 55
บรรณานุกรม..... 57
ภาคผนวก..... 61
ประวัติผู้เขียน..... 66

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

3.1 ค่าความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ Cronbach'alpha ของแบบสอบถาม..... 14

4.1 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ..... 16

4.2 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ..... 17

4.3 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา..... 17

4.4 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 18

4.5 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ..... 18

4.6 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 19

4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามรายด้าน 19

4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามด้านองค์กร 20

4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามด้านพนักงาน 20

4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร..... 21
จำแนกตามด้านบริการ

4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร 22
จำแนก ตามด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ..... 22
จำแนกตามรายด้าน

4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ..... 23
จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ

4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ..... 24
จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือ

4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ..... 24
จำแนกตามด้านการตอบสนอง

4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ..... 25
จำแนกตามด้านการให้ความเชื่อมั่น

4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 26
จำแนกตามด้านการดูแลเอาใจใส่

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.18 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ 27

4.19 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ 27

4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านองค์กร จำแนกตามอายุ..... 29

4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านบริการ จำแนกตามอายุ..... 29

4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอายุ 29

4.23 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา 30

4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา..... 31

4.25 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ 31

4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านบริการ จำแนกตามสถานภาพ..... 32

4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามสถานภาพ 32

4.28 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ 33

4.29 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 36

4.30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านองค์กร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 38

4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 38

4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน 38

4.33 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ 39

4.34 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ 40

4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านด้านการตอบสนอง..... 41

4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านการดูแลเอาใจใส่ จำแนกตามอายุ..... 41

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.37	ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	42
4.38	ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ	43
4.39	ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	44
4.40	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านการดูแลเอาใจใส่ จำแนกตามอาชีพ	46
4.41	ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	47

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

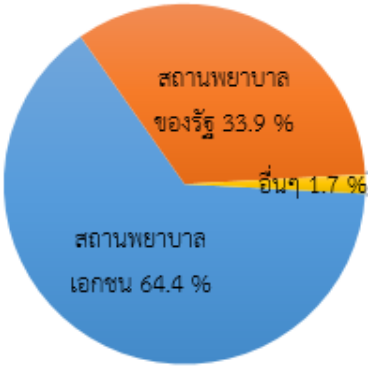
1.1 สัดส่วนโรงพยาบาลในประเทศไทย..... 1
2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย..... 11

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่เป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นทำให้เกิดความสูญเสียมากมาย คนทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญในการดำเนินชีวิตและดูแลสุขภาพร่างกายพร้อมทั้งปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตซึ่งมีความแตกต่างจากเดิมไปอย่างสิ้นเชิง และจะเห็นได้ว่าพลเมืองในบางประเทศสามารถรับการดูแลด้านสุขภาพอย่างทั่วถึง ซึ่งตรงกันข้ามกับบางประเทศที่ไม่สามารถรับการบริการได้อย่างเป็นระบบและทันถ่วงทีมีสาเหตุมาจากการมีประชากรเป็นจำนวนมาก ทุกคนต่างต้องพยายามเพื่อให้ได้รับบริการดังกล่าวจากภาครัฐ แต่ทั้งนี้การให้บริการของภาครัฐนั้นมีไม่เพียงพอต่อผู้รับบริการ ทำให้ภาคเอกชนได้เข้ามามีบทบาทเพื่อพลิกสถานการณ์โควิด-19 ให้ดีขึ้น ซึ่งประเทศไทยโดยเฉพาะกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีการแพร่ระบาดสูงขึ้นต่อเนื่อง ในช่วงการแพร่ระบาดประชาชนเริ่มตระหนักว่าการรอการดูแลจากภาครัฐนั้นไม่เพียงพอ โรงพยาบาลเอกชนจึงได้เข้ามามีส่วนช่วยเหลือ เช่น การให้บริการวัคซีนป้องกันโควิด-19 ทางเลือก เป็นต้น แม้จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมด้วยตนเองโดยผ่านการจองกับโรงพยาบาลจนมีกระแสสังคมที่เกิดขึ้น ทั้งเรื่องระบบการจองล่มเพราะมีผู้เข้าใช้งานเป็นจำนวนมาก แต่คนกลุ่มนี้ก็ยังคงเลือกที่จะจองวัคซีนที่เสียค่าใช้จ่ายสูงโดยไม่รอการดูแลจากภาครัฐแม้จะไม่เสียค่าใช้จ่ายก็ตาม จะเห็นได้ว่าโรงพยาบาลเอกชนได้เข้ามามีบทบาทอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้ตลาดโรงพยาบาลเอกชนเติบโตขึ้นในหลายด้าน ทั้งรายได้ ความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค หรือแม้แต่ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สื่อสารถึงผู้บริโภคในด้านความสามารถของการบริการของโรงพยาบาลเอกชนนั้นๆ ทั้งนี้อาจเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีของโรงพยาบาลเอกชนที่จะปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ ที่ว่า “โรงพยาบาลเอกชนต้องเสียค่าใช้จ่ายแพง และเข้าถึงผู้บริโภคยาก” นั้นออกไป



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนโรงพยาบาลในประเทศไทย
ที่มา: พูลสุข นิลกิจศรานนท์ (2563)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปัจจุบันสถานพยาบาลในประเทศไทยมีจำนวน 38,512 แห่ง แบ่งเป็นสถานพยาบาลของรัฐ 13,364 แห่ง คิดเป็นสัดส่วน 33.9% อาทิ สถานีอนามัย สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลชุมชน และโรงพยาบาลทั่วไป และสถานพยาบาลเอกชน 25,148 แห่ง คิดเป็น 64.4% ได้แก่ โรงพยาบาลเอกชน และคลีนิคเอกชน จะเห็นได้ว่าสถานพยาบาลเอกชนมีสัดส่วนเป็นสองเท่าของสถานพยาบาลของรัฐโดยประมาณ เมื่อเจาะลึกเข้าไปอีกจำนวน 664 แห่ง คือโรงพยาบาลขนาดใหญ่ มีเครื่องมือพร้อม คิดเป็น 1.7% แบ่งเป็นรัฐบาล จำนวน 249 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน 370 แห่ง และใน 370 แห่งนั้น โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอุปกรณ์พร้อมและเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์รองรับ 116 แห่ง (พูลสุข นิลกิจศรานนท์, 2563) และในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์อยู่จำนวน 54,546 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) จะเห็นได้ว่าคนไทยมีตัวเลือกในการรับการดูแลสุขภาพไม่มากนัก ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประชากรทั้งหมดในกรุงเทพมีสัดส่วนที่แตกต่างกัน แม้ตลาดของโรงพยาบาลเอกชนกำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีสัดส่วนของจำนวนที่มากกว่า แต่ในทางกลับกันโรงพยาบาลของรัฐบาลในกรุงเทพมหานครก็มีจำนวนผู้เข้าใช้งานมากกว่าและได้รับความนิยมอยู่เสมอ ทำให้การแข่งขันของโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนด้วยกันเองมีความสูสีกันจากปัจจัยหลายด้านไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์องค์กร ที่เป็นหน้าตาในการสื่อสารแก่ผู้บริโภค คุณภาพการให้บริการ และปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ เพราะโรงพยาบาล คือความหวัง และความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ดังนั้นการศึกษาตลาดโรงพยาบาลเอกชนที่กำลังเติบโตนี้ สามารถทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนได้

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำผลงานวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ และพัฒนาภาพลักษณ์องค์กรในด้านต่างๆ ตลอดจนนำข้อมูลไปปรับใช้อย่างเหมาะสม และสร้างความได้เปรียบต่อการแข่งขันของตลาดโรงพยาบาลเอกชน

1.2 คำถามการวิจัย (Research questions)

ในการศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามการวิจัย ดังนี้

1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับใด

2) ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ แตกต่างกันมีอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกันหรือไม่

3) ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทาง ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกันหรือไม่

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย (Research objective)

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.4 สมมติฐานการวิจัย (Research hypotheses)

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

1) ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน

2) ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย (Research scope)

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถกำหนดขอบเขตการวิจัยได้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในด้านของภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการ ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire)

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable)

2.1.1 ปัจจัยประชาการศาสตร์ สามารถวัดได้จากตัวแปรดังนี้

2.1.1.1 เพศ

2.1.1.2 อายุ

2.1.1.3 ระดับการศึกษา

2.1.1.4 สถานภาพ

2.1.1.5 อาชีพ

2.1.1.6 รายได้ต่อเดือน

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable)

2.2.1 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ศึกษาตามแนวความคิดของ (เสรี วงษ์มณฑา, 2546) สามารถวัดได้จากตัวแปรดังนี้

2.2.1.1 ด้านองค์กร

2.2.1.2 ด้านพนักงาน

2.2.1.3 ด้านบริการ

2.2.1.4 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

2.3.1 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ศึกษาตามแนวคิดของ (Parasuraman et al., 1988) สามารถวัดได้จากตัวแปรดังนี้

2.3.1.1 ลักษณะทางกายภาพ

2.3.1.2 ความน่าเชื่อถือ

2.3.1.3 การตอบสนอง

2.3.1.4 การให้ความเชื่อมั่น

2.3.1.5 การดูแลเอาใจใส่

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2565 - 30 พฤศจิกายน 2565 จนเสร็จสิ้น ซึ่งใช้ระยะเวลา 4 เดือน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Research Advantages)

จากการศึกษา ผู้วิจัยควดว่าจะได้รับประโยชน์ดังนี้ ดังนี้

1) การศึกษานี้ สามารถเป็นแนวทางให้โรงพยาบาลเอกชนหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้รับไปปรับปรุง แก้ไขและเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการสอดคล้องกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) สำหรับนักวิจัย นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางในการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ (Definition of terms)

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถกำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นและสื่อสารออกมาในเชิงบวกแก่คนทั่วไป ทำให้เป็นที่รู้จัก เข้าใจ และ จดจำได้ ซึ่งภาพลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้านดังนี้

1.1) ด้านองค์กร หมายถึง ภาพรวมทุกอย่างของโรงพยาบาลตั้งแต่ชื่อเสียง ความทันสมัยและเทคโนโลยี ความน่าเชื่อถือ และการได้รับมาตรฐานสากล

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1.2) ด้านพนักงาน หมายถึง ภาพลักษณ์ของพนักงานในโรงพยาบาลที่ผู้ใช้บริการมองเห็นได้ เช่น พนักงานมีจำนวนเพียงพอ บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส และเอาใจใส่การให้บริการ

1.3) ด้านบริการ หมายถึง บริการที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากบุคลากรในโรงพยาบาล เช่น มีการให้บริการที่แม่นยำและถูกต้อง ให้บริการอย่างรวดเร็ว โรงพยาบาลมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และพนักงานให้คำปรึกษาด้วยความเต็มใจ

1.4) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การที่โรงพยาบาลพยาบาลตระหนักถึงประโยชน์ส่วนรวมของสังคม เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ รักษาพยาบาลแก่ผู้ยากไร้ทั้งในระดับเบื้องต้นและอาการสาหัส โรงพยาบาลมีการสมทบทุนช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ และมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนใกล้เคียง

2) คุณภาพการบริการ หมายถึง การสร้างความแตกต่างของธุรกิจโดยมีคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการตอบสนองผู้ใช้บริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

2.1) ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นภายในโรงพยาบาล เช่น การเดินทางมาโรงพยาบาลมีความสะดวกสบาย ที่จอดรถมีเพียงพอ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆชัดเจน และเครื่องมือมีความทันสมัยและครบครัน

2.2) ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถของโรงพยาบาลในการให้บริการโดยเป็นที่ยอมรับแก่ผู้รับบริการ เช่น แพทย์มีความชัดเจนในการวินิจฉัยและให้คำแนะนำอย่างละเอียด โรงพยาบาลได้รับรางวัลมาตรฐานระดับโลก ผลการตรวจของโรงพยาบาลมีความแม่นยำและให้บริการตรงต่อเวลา

2.3) ด้านการตอบสนอง หมายถึง ความพร้อมที่จะให้บริการด้วยความเต็มใจ เช่น เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถตอบสิ่งที่ผู้รับบริการสงสัยได้ถูกต้องอย่างทันท่วงที การให้บริการอย่างสุภาพและอ่อนน้อม ให้บริการอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ถูกต้องตามขั้นตอน และ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถแนะนำโปรโมชั่นต่างๆ ของโรงพยาบาลแก่ผู้รับบริการได้อย่างละเอียด

2.4) ด้านการให้ความเชื่อมั่น หมายถึง การสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ เช่น มีช่องทางที่ติดต่อได้รวดเร็ว เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีทักษะการให้บริการที่ดี และมีมาตรฐานทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจในบริการของโรงพยาบาลและรู้สึกคุ้มค่าในค่าใช้จ่ายและบริการที่ได้รับ

2.5) ด้านการดูแลเอาใจใส่ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการตามความต้องการที่แตกต่างกันแต่ละคน เช่น เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการให้บริการตรงตามความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ มีการโทรสอบถามหลังการรักษาอยู่เสมอ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาสามารถจดจำชื่อหรือรายละเอียดของของผู้ป่วยได้ และ โรงพยาบาลมีการรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในระยะยาวกับผู้ใช้บริการ เช่น การมอบของที่ระลึก หรือ ส่วนลดพิเศษ

3) โรงพยาบาลเอกชน หมายถึง สถานที่ทางเลือกสำหรับให้บริการด้านสาธารณสุข มีการบริหารงานโดยเอกชน มุ่งเน้นการป้องกัน ส่งเสริม รักษา และการฟื้นฟูสุขภาพ โดยผู้ใช้บริการต้องชำระเงินค่ารักษาเอง

4) ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการทั้งในรูปแบบของผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยในของโรงพยาบ

5) การบริการ หมายถึง บริการสาธารณสุขต่างๆ ที่เปิดให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในโรงพยาบา..

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มานำเสนอเป็นลำดับ ดังรายละเอียดประกอบด้วย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

ความหมายเกี่ยวกับภาพลักษณ์

อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2548, อ้างถึงใน จิตติมา จันทรพร, และ ญาฎา ศรีวิฑูรย์, 2561) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นผลผลิตของกระบวนการการสร้างความประทับใจจากตัวแปรต่างๆ ซึ่งอยู่ภายใต้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับข่าวสารจากองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมทั้งข่าวสารต่างๆ โดยผ่านการบอกต่อภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากหลายๆ ปัจจัยรวมกันภายในจิตใจของแต่ละบุคคล

ดวงพร คำนูณวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง (2536, อ้างถึงใน ธารินี ใจดี, 2559) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่คนรู้สึกนึกคิด หรือวาดขึ้นมาในใจ จะเป็นภาพอะไรก็ได้ ทั้งที่มีชีวิต และไม่มีชีวิต เช่น ภาพของตน องค์กร หน่วยงาน และ สินค้า เกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสารทางตรงหรือทางอ้อมบวกกับความรู้สึกนึกคิดในจิตใจ

คอตเลอร์ (2016, อ้างถึงใน ศิรสา สอนศรี, 2564) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิดและความประทับใจ ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทัศนคติและการกระทำที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

วัลลี คำสมนึก (2564) กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หมายถึง การรับรู้ความรู้สึกโดยรวมเกี่ยวกับสินค้า บริการ และการบริหารงานที่เกิดจากการรับรู้ เข้าใจ จดจำ และมีประสบการณ์ของบุคคล มีผล ให้เกิดความเชื่อถือ ความคิด และความประทับใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2554, อ้างถึงใน จักรกฤษ เดชพร, 2563) กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือข้อเท็จจริงที่ร่วมกับการประเมินส่วนตัว แล้ว การเป็นภาพที่อยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจต่างจากสภาพความเป็นจริง เพราะภาพลักษณ์ไม่ใช่เพียงข้อเท็จจริงเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ที่มนุษย์นำความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปประกอบ องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร เสรีวงษ์ มณฑา (2558, อ้างถึงใน นันทพร อารมณ์ชื่น) ได้จัดเป็นหมวดหมู่ไว้ 4 ด้าน ดังนี้

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1) ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ต้องเป็นองค์กรที่ตรงไปตรงมา ซื่อสัตย์ สุจริต เคารพกฎหมาย เสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศ

2) ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน ต้องเป็นที่ประจักษ์ต่อบุคคลว่าเป็นคนเก่ง มีความสามารถ มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต มีเสน่ห์น่าคบหาสมาคม มีวิญญาณบริการที่ดี

3) ภาพลักษณ์ด้านบริการต้องเป็นสินค้ามีคุณภาพ เป็นสินค้า เสริมสร้างคุณภาพ

4) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ต้องหากิจกรรมพิเศษ นอกจากธุรกิจเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการคืนกำไรให้สังคม ซึ่งจะช่วยพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรข้างต้น ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กร หมายถึง ภาพจำขององค์กรที่อยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล โดยภาพนั้นเป็นภาพที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อสื่อสารออกมาในเชิงบวกแก่คนทั่วไป ทำให้เป็นที่รู้จัก เข้าใจ และจดจำได้ ซึ่งภาพลักษณ์ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านองค์กร ด้านพนักงาน ด้านบริการ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นหัวข้อในแบบสอบถามโดยแบ่งเป็นแต่ละด้านและแยกเป็นรายข้อ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ความหมายคุณภาพการบริการ

เบญชภา แจ้งเวชฉาย (2561, อ้างถึงใน วิลาสินี จงกลพืช, 2563) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพการบริการ คือการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการมีรูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพการบริการจึงเป็นวิธีที่สร้างความแตกต่างให้องค์กรได้และความแตกต่างนี้จะนำมาซึ่งการเพิ่มพูนของผู้บริโภค

Crosby (1988, อ้างถึงใน ปุญญาพร บุญธรรมมา, 2563) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ถือหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

ชุติมา ห้ามหาญ (2559, อ้างถึงใน วรัสสิญา ศุภธนโชติพงศ์, 2562) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพการบริการ คือ การให้บริการที่ตอบสนอง ความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการทั้งคุณภาพกระบวนการผลิต กระบวนการส่งมอบ ตลอดจนการดูแลหลังจากการบริการนั้นๆ แล้ว ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

กนกวรรณ นาสมปอง (2555, อ้างถึงใน รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพการให้บริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่างของธุรกิจได้

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Parasuraman et al. (1985, อ้างถึงใน วิรัตน์ ชนะสิมมา, 2564) กล่าวว่า คุณภาพการบริการสามารถวัด 10 ด้าน ประกอบด้วย ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) สมรรถนะ (Competency) การเข้าถึง (Access) ความสุภาพ (Courtesy) ความไว้วางใจ (Credibility) การสื่อสาร (Communication) ความเข้าใจ/ความรู้ (Understanding/ Knowing) ความปลอดภัย (Security) สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) ภายหลังในปี 1988 Parasuraman et al. (1985) ได้ปรับลดเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการเหลือเพียง 5 ด้าน ประกอบด้วย 1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) 2. การตอบสนอง (Responsiveness) 3. ความมั่นใจ (Assurance) 4. การเอาใจใส่ (Empathy) 5. สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) สามารถสรุปค่านิยามของการวัดคุณภาพการบริการแต่ละด้านของ Parasuraman et al. (1985) ดังนี้

1) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้แจ้งไว้ กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ การให้บริการตามข้อตกลงและเชื่อถือได้

2) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมในการให้บริการ การตอบสนองลูกค้าด้วยความเต็มอกเต็มใจการให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ และการยินดีช่วยเหลือลูกค้า

3) ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจให้แก่ลูกค้าจากการที่พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ ทักษะสมรรถนะของพนักงาน บุคลิกภาพที่ดีของผู้ให้บริการ

4) การเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การที่ลูกค้าแต่ละรายได้รับความเอาใจใส่จากพนักงานผู้ให้บริการ และการรับฟังความต้องการของลูกค้า

5) สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ สิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการให้บริการ ตลอดจนพนักงานที่ให้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการข้างต้น ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการ โดยธุรกิจที่คล้ายคลึงกันมักเน้นเรื่องคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะจะนำมาสู่ความพึงพอใจและจำนวนผู้รับบริการที่เพิ่มขึ้น ซึ่งคุณภาพการบริการมีเกณฑ์การวัด 5 ด้าน ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความเชื่อมั่น และการดูแลเอาใจใส่ คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในเชิงคุณภาพ เมื่อได้รับการยอมรับแล้วเป็นที่รู้จักจากผู้ใช้บริการแล้ว จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ รวมไปถึงการบอกต่อ ซึ่งจะทำให้องค์กรมีรายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพการให้บริการ นอกจากจะสามารถแข่งขันได้แล้ว ยังสามารถสร้างสัมพันธ์อันดีในระยะยาวกับผู้ใช้บริการได้อีกด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นหัวข้อในแบบสอบถามโดยแบ่งเป็นแต่ละด้านและแยกเป็นรายข้อ

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

ความหมายการตัดสินใจ

เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ (2545, อ้างถึงใน รชพล มงคลธนิต, 2564) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง ผู้บริโภคที่จะเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกอีกหลายๆ ทาง ซึ่งผู้บริโภคจะพบเรื่องราวเช่นนี้ทุกวันทั้งการเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามที่ได้คิดมาหรือตามสถานการณ์ที่มีเวลาจำกัด สิ่งเหล่านี้จะทำให้นักการตลาดเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างง่าย และยังสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาในเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

Burton and Thakur (2006, อ้างถึงใน วนัสพร บุบผาทอง, 2564) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการที่รวบรวมเอาการวิเคราะห์ และการนิยามสถานการณ์ของปัญหา มาวิเคราะห์เพื่อการกำหนดทางเลือก แล้วเลือกทางที่ดีที่สุดหนึ่งทาง แล้วจึงกำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, อ้างถึงใน กันยพัชร์ วิชญชัยสิทธิ์, 2560) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับทางเลือกต่างๆ ของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เสมอ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

Kotler (2000, อ้างถึงใน พีระนัฐ โล่วันทา, 2564) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) คือ เหตุการณ์หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการ ตัดสินใจซื้อ โดย การตัดสินใจผ่านปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ตรายี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision)
2) ปริมาณที่ซื้อ (Quantity Decision)
3) เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)
4) ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision)
5) วิธีการในการชำระเงิน (Payment-method Decision)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการตัดสินใจข้างต้น ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการที่รวบรวมเอาการวิเคราะห์ทางเลือกหลายๆ ทางที่มีอยู่ แล้วเลือกทางที่ดีที่สุดทางหนึ่งตามที่ได้คิดมาหรือตามสถานการณ์ที่มีเวลาจำกัด ดังนั้นการตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญของผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้จึงทำให้นักการตลาดเข้าถึงได้อย่างง่าย และสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพ

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

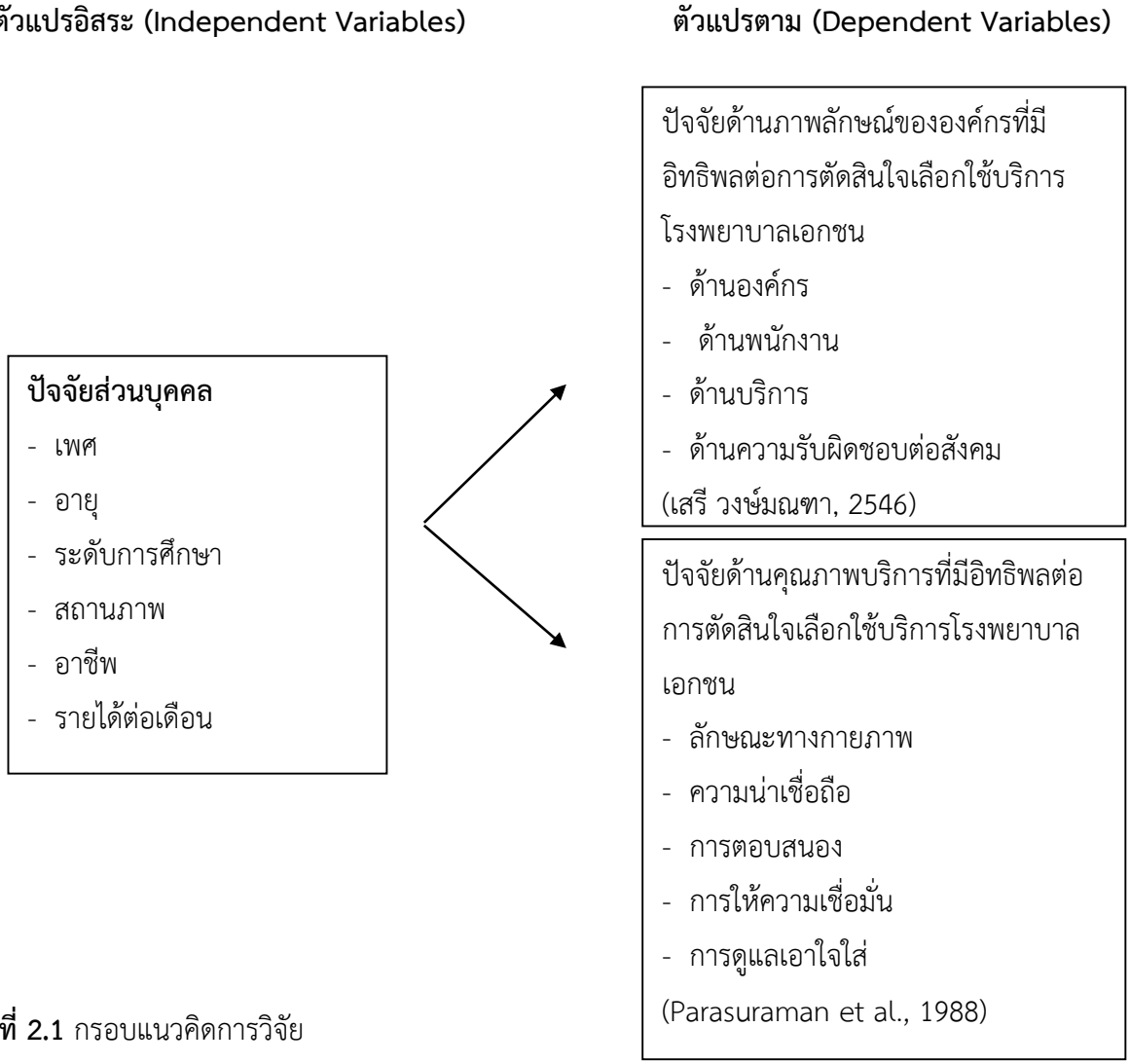
เกตุวดี ปานทอง (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์การที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทขนส่งในการซื้อของออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 75 มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 อาชีพพนักงานเอกชนคิดเป็นร้อยละ 49.50 รายได้อยู่ที่ 10,001–20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 81.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78 ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการเลือกบริษัทขนส่งในการซื้อสินค้าออนไลน์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์การต่อการเลือกบริษัทขนส่งในการซื้อของออนไลน์แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรารัตน์ บุญภา (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี” พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบการความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพ การให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรีจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพ การให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 งานวิจัยของวัชรากร สุวรรณ์ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ (SiPH) ในการรับรู้ของผู้ใช้บริการ” ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์นั้น โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง โดยการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านทีมบุคลากรทางการแพทย์สูงที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียงโรงพยาบาล และการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือ ของโรงพยาบาล ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ (SiPH) แตกต่างกัน รวมถึง ผู้ใช้บริการที่มีอายุ อาชีพ การเข้ารับบริการที่คลินิก อายุรกรรม คลินิกศัลยกรรม และการใช้สิทธิการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่แตกต่างกัน จะรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าในกลุ่มผู้ใช้บริการ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ในความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรกฤษ เดชพร (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท อำพลฟูดส์โพรเซสซิ่ง จำกัด” ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความคิดเห็นต่อด้านการรับรู้ด้านการทำกิจกรรมทางสังคม เพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ และภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของอำพลฟูดส์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยของธราเทพ โชติวิชญ์พิพัฒน์ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของ 7-11 ในมุมมองของผู้บริโภค เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลการวิจัย

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ที่มีความแตกต่างส่งผลต่อภาพลักษณ์ของ 7-11 ในมุมมองผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และงานวิจัยของพรรณอร กลิ่นศรีสุข (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์และช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชน” ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน โดยเพศหญิง มีการรับรู้ภาพลักษณ์มากกว่าเพศชาย ในทุกมิติ ยกเว้นมิติภาพลักษณ์ด้านผลงานและบริการ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร และ ด้านการบริหารจัดการของกรมประชาสัมพันธ์มากกว่าผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18 – 28 ปี และ 29 – 39 ปี ซึ่งผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น เกษียณ มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ด้านบุคลากรมากกว่าทุก ๆ อาชีพ

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทที่ 3
ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ดำเนินวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ศึกษาในการรวบรวมข้อมูล
3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และทราบจำนวน คือ 61.64 ล้านคนต่อปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5 % ซึ่งการคำนวณใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่าง (กำหนดให้มีค่าไม่เกิน 5%)

จากสูตรข้างต้นแทนค่าได้ดังนี้

$$n = \frac{61.64(\text{ล้านคน})}{1+61.64(\text{ล้านคน})(0.05)^2}$$

$$n = 395.13 \approx 400 \text{ คน}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายหรือไม่ครบถ้วน และวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น และสุ่มเฉพาะผู้มาใช้บริการและชำระค่าบริการในโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ศึกษาในการรวบรวมข้อมูล

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ในรูปแบบ Google form โดยคำถาม ได้มาจากการค้นคว้ากับเอกสาร ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับเรื่องวิจัยแล้วจึงนำมาปรับให้เป็นลักษณะคำถามที่เหมาะสม โดยส่วนหนึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นมาเอง ซึ่งมีรายละเอียดแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว รวมจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale**)** มี 4 ด้าน รวมจำนวน 16 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ด้าน รวมจำนวน 20 ข้อ

ทั้งนี้ตอนที่ 2 และ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert scale มีทางเลือกตอบได้ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มีความเห็นว่าสำคัญมากที่สุด	มีค่าคะแนน เป็น 5
มีความเห็นว่าสำคัญมาก	มีค่าคะแนน เป็น 4
มีความเห็นว่าสำคัญปานกลาง	มีค่าคะแนน เป็น 3
มีความเห็นว่าสำคัญน้อย	มีค่าคะแนน เป็น 2
มีความเห็นว่าสำคัญน้อยที่สุด	มีค่าคะแนน เป็น 1

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= (5-1)/5$$

$$= 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการแปลผลคะแนนในแต่ละช่วงได้ดังนี้

ช่วงชั้นค่าคะแนน	คำอธิบายการแปลผล
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.0 – 1.80	น้อยที่สุด

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม จากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open - Ended) มีจำนวน 1 ข้อ

3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมให้ ดร. จิราพร ชมสวน และ ผศ.ดร. จรัญญา ปานเจริญ พิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข แล้วนำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ Cronbach'alpha ซึ่งจะแสดงถึงความคงที่ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ยืนยันความถูกต้องของการทดสอบโดยครอนบาร์ค แอลฟ่า (Crinbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งต้องได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (สุวิมล ติรกานันท์, 2555)

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ Cronbach'alpha ของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ค่า Cronbach's alpha
ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร	
1) ด้านองค์กร	0.82
2) ด้านพนักงาน	0.90
3) ด้านบริการ	0.90
4) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	0.93
รวม	0.94
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	
1) ลักษณะทางกายภาพ	0.86
2) ความน่าเชื่อถือ	0.84
3) การตอบสนอง	0.85
4) การให้ความเชื่อมั่น	0.88
5) การดูแลเอาใจใส่ใจ	0.70
รวม	**0.93**

จากตารางที่ 3.1 ผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็นและค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่างค่า 0.70 - 1.00 นอกจากนี้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นยังได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว จึงได้สรุปว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจพื้นฐานในการวิจัย ช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูลดังนี้

3.4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นหาข้อมูลจากวารสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบ

3.4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้จนครบตามจำนวน ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

(1) สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 400 คน จากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

(2) แจกแบบสอบถามให้กับตัวอย่างโดยวิธีให้กลุ่มตัวอย่างแสกน QR code เพื่อทำแบบสอบถาม

(3) นำแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง

(4) ทำการลงข้อมูล/ปรับปรุงข้อมูลด้วยโปรแกรม Excel

(5) ประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเชิงสถิติ

(6) วิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลเพื่อนำไปเขียนรายงานฉบับสมบูรณ์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

การวิจัยครั้งนี้ ได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาณ โดยใช้ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และ F-test, (One way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากนั้นเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบรายคู่ (multiple comparison) ด้วยวิธี Least Significance Differences (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน ขนาดตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตฐาน
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐานใน t -test
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐานใน F -Test
Sig	แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกเป็นนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน และ ร้อยละ เมื่อวิเคราะห์เพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 และเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	167	41.75
หญิง	233	58.25
รวม	**400**	**100**

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เมื่อวิเคราะห์อายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมา อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และ อายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	27	6.75
20 – 30 ปี	183	45.75
31 - 40 ปี	135	33.75
มากกว่า 40 ปี	55	13.75
รวม	**400**	**100**

เมื่อวิเคราะห์การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมา มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และระดับอายุสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	68	17.00
ปริญญาตรี	302	75.50
สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.50
รวม	**400**	**100**

เมื่อวิเคราะห์สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 และสถานภาพหย่า/หม้าย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.4

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	229	57.25
สมรส	159	39.75
หย่า/หม้าย	12	3.00
รวม	**400**	**100**

เมื่อวิเคราะห์อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 รับจ้างทั่วไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	57	14.25
พนักงานบริษัทเอกชน	222	55.50
นักเรียน/นักศึกษา	36	9.00
รับจ้างทั่วไป	31	7.75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	46	11.50
อื่นๆ	8	2.00
รวม	**400**	**100**

เมื่อวิเคราะห์รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นมีรายได้ต่อเดือน 20,001-45,000 บาท จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.6

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.6 จำนวนและค่าร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	113	28.25
20,001-45,000 บาท	188	47.00
45,001-60,000 บาท	83	20.75
มากกว่า 60,000 บาท	16	4.00
รวม	**400**	**100**

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์องค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.45±0.27) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด (4.68±0.38) รองลงมา คือ ด้านองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด (4.63±0.41) ด้านบริการอยู่ในระดับมากที่สุด (4.61±0.41) และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก (3.87±0.85) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามรายด้าน

ภาพลักษณ์องค์กร	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านองค์กร	4.63	0.41	มากที่สุด
ด้านพนักงาน	4.68	0.38	มากที่สุด
ด้านบริการ	4.61	0.41	มากที่สุด
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	3.87	0.85	มาก
รวม	**4.45**	**0.27**	**มากที่สุด**

เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์องค์กรด้านองค์กร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.63±0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.71±0.48) รองลงมา คือ โรงพยาบาลมีความทันสมัยและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากที่สุด (4.66±0.55) โรงพยาบาลมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากที่สุด (4.65±0.55) และโรงพยาบาลได้รับมาตรฐานสากล อยู่ในระดับมากที่สุด (4.49±0.59) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.8

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามด้านองค์กร

ด้านองค์กร	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) โรงพยาบาลมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก	4.65	0.55	มากที่สุด
2) โรงพยาบาลมีความทันสมัยและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง	4.66	0.55	มากที่สุด
3) โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ	4.71	0.48	มากที่สุด
4) โรงพยาบาลได้รับมาตรฐานสากล	4.49	0.59	มากที่สุด
รวม	**4.63**	**0.41**	**มากที่สุด**

เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์องค์กรด้านพนักงาน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.68±0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความตั้งใจและเอาใจใส่ในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.87±0.37) รองลงมา คือ พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด (4.79±0.45) พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส อยู่ในระดับมากที่สุด (4.55±0.56) และพนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.51±0.57) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามด้านพนักงาน

ด้านพนักงาน	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.51	0.57	มากที่สุด
2) พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	4.79	0.45	มากที่สุด
3) พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส	4.55	0.56	มากที่สุด
4) พนักงานมีความตั้งใจและเอาใจใส่ในการให้บริการ	4.87	0.37	มากที่สุด
รวม	**4.68**	**0.38**	**มากที่สุด**

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์องค์กรด้านบริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.61±0.41) เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำด้วยความเต็มใจ เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด (4.87±0.38) รองลงมา คือ ผู้ใช้บริการได้รับบริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.53±0.53) โรงพยาบาลมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.52±0.60) และ ผู้บริการได้รับบริการด้วยความรวดเร็ว (4.51±0.70) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามด้านบริการ

ด้านบริการ	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) ผู้ใช้บริการได้รับบริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ	4.53	0.53	มากที่สุด
2) ผู้บริการได้รับบริการด้วยความรวดเร็ว	4.51	0.70	มากที่สุด
3) โรงพยาบาลมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ	4.52	0.60	มากที่สุด
4) พนักงานให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำด้วยความเต็มใจ เข้าใจง่าย	4.87	0.38	มากที่สุด
รวม	**4.61**	**0.41**	**มากที่สุด**

เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.87±0.85) เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงพยาบาลจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ ป้องกันสุขภาพอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก (4.00±0.11) รองลงมา คือ โรงพยาบาลให้ความช่วยเหลือผู้ยากไร้ในการรักษาพยาบาลทั้งในระดับเบื้องต้นและอาการสาหัส อยู่ในระดับมาก (3.87±0.85) โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่และใกล้เคียง อยู่ในระดับมาก (3.83±0.89) และ โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการสมทบทุนช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ (3.80±0.95) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.11

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) โรงพยาบาลจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ ป้องกันสุขภาพอย่างต่อเนื่อง	4.00	1.11	มาก
2) โรงพยาบาลให้ความช่วยเหลือผู้ยากไร้ในการรักษาพยาบาลทั้งในระดับเบื้องต้นและอาการสาหัส	3.87	0.85	มาก
3) โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการสมทบทุนช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ	3.80	0.95	มาก
4) โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่และใกล้เคียง	3.83	0.89	มาก
รวม	**3.87**	**0.85**	**มาก**

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์คุณภาพการบริการด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.77±0.28) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุด (4.81±0.35) และ ด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับมากที่สุด (4.81±0.33) รองลงมา คือ ด้านกายภาพในระดับมากที่สุด (4.74±0.33) ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด (4.73±0.35) และ ด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมากที่สุด (4.65±0.34) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำแนกตามรายด้าน

คุณภาพการบริการ	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ลักษณะทางกายภาพ	4.74	0.33	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.73	0.35	มากที่สุด
ด้านการตอบสนอง	4.81	0.33	มากที่สุด
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	4.81	0.35	มากที่สุด
ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.65	0.34	มากที่สุด
รวม	**4.77**	**0.28**	**มากที่สุด**

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการด้านกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.74±0.33) เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเดินทางมาโรงพยาบาลมีความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด (4.87±0.36) รองลงมา คือ เครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน และมีความทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด (4.84±0.38) มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด (4.74±0.52) และ ที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.50±0.56) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพ	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) การเดินทางมาโรงพยาบาลมีความสะดวกสบาย	4.87	0.36	มากที่สุด
2) ที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้รับบริการ	4.50	0.56	มากที่สุด
3) มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงอย่างชัดเจน	4.74	0.52	มากที่สุด
4) ครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน และมีความทันสมัย	4.84	0.38	มากที่สุด
รวม	**4.74**	**0.33**	**มากที่สุด**

เมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.73±0.35) เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้บริการตรงตามเวลา อยู่ในระดับมากที่สุด (4.87±0.83) และ แพทย์มีความชัดเจนในการวินิจฉัยและให้คำแนะนำอย่างละเอียด อยู่ในระดับมากที่สุด (4.87±0.36) รองลงมา คือ ผลการตรวจของโรงพยาบาลมีความถูกต้องแม่นยำ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.83±0.42) และ โรงพยาบาลได้รับรางวัลมาตรฐานระดับโลก มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.36±0.75) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.14

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) แพทย์มีความชัดเจนในการวินิจฉัยและให้คำแนะนำอย่างละเอียด	4.87	0.36	มากที่สุด
2) โรงพยาบาลได้รับรางวัลมาตรฐานระดับโลก มีความน่าเชื่อถือ	4.36	0.75	มากที่สุด
3) ผลการตรวจของโรงพยาบาลมีความถูกต้องแม่นยำ	4.83	0.42	มากที่สุด
4) มีการให้บริการตรงตามเวลา	4.87	0.83	มากที่สุด
รวม	**4.73**	**0.35**	**มากที่สุด**

เมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.81±0.33) เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถตอบสิ่งที่ผู้รับบริการสงสัยได้ถูกต้องอย่างทันท่วงที อยู่ในระดับมากที่สุด (4.83±0.41) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถแนะนำโปรโมชั่นต่างๆ ของโรงพยาบาลแก่ผู้รับบริการได้อย่างละเอียด อยู่ในระดับมากที่สุด (4.82±0.46) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และถูกต้องตามขั้นตอน อยู่ในระดับมากที่สุด (4.82±0.41) และ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการด้วยความสุภาพและอ่อนน้อม อยู่ในระดับมากที่สุด (4.77±0.45) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำแนกตามด้านการตอบสนอง

ด้านการตอบสนอง	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถตอบสิ่งที่ผู้รับบริการสงสัยได้ถูกต้องอย่างทันท่วงที	4.83	0.41	มากที่สุด
2) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการด้วยความสุภาพและอ่อนน้อม	4.77	0.45	มากที่สุด
3) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และถูกต้องตามขั้นตอน	4.82	0.41	มากที่สุด
4) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถแนะนำโปรโมชั่นต่างๆ ของโรงพยาบาลแก่ผู้รับบริการได้อย่างละเอียด	4.82	0.46	มากที่สุด
รวม	**4.81**	**0.33**	**มากที่สุด**

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.81±0.35) เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีช่องทางที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด (4.86±0.40) รองลงมา คือ ผู้รับบริการรู้สึกคุ้มค่าในค่าใช้จ่ายและการบริการที่ได้รับ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.83±0.44) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีทักษะการให้บริการที่ดี และมีมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด (4.79±0.46) และ ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการบริการของโรงพยาบาล อยู่ในระดับมากที่สุด (4.76±0.48) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำแนกตามด้านการให้ความเชื่อมั่น

ด้านการการให้ความเชื่อมั่น	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) มีช่องทางที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวก รวดเร็ว	4.86	0.40	มากที่สุด
2) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีทักษะการให้บริการที่ดี และมีมาตรฐาน	4.79	0.46	มากที่สุด
3) ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการบริการของโรงพยาบาล	4.76	0.48	มากที่สุด
4) ผู้รับบริการรู้สึกคุ้มค่าในค่าใช้จ่ายและการบริการที่ได้รับ	4.83	0.44	มากที่สุด
รวม	**4.81**	**0.35**	**มากที่สุด**

เมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.65±0.34) เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงพยาบาลมีการรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในระยะยาว เช่น การมอบของที่ระลึก หรือ ส่วนลดพิเศษ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.71±0.58) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถจดจำชื่อหรือรายละเอียดของของผู้ป่วยได้ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.65±0.59) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมี การโทรสอบถามติดตามอาการหลังการรักษาอยู่เสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.63±0.50) และ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการให้บริการตรงตามความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.60±0.51) ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.17

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำแนกตามด้านการดูแลเอาใจใส่

ด้านการดูแลเอาใจใส่	ระดับอิทธิพล		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการให้บริการตรงตามความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ	4.60	0.51	มากที่สุด
2) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการโทรสอบถามติดตามอาการหลังการรักษาอยู่เสมอ	4.63	0.50	มากที่สุด
3) เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถจดจำชื่อหรือรายละเอียดของของผู้ป่วยได้	4.65	0.59	มากที่สุด
4) โรงพยาบาลมีการรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในระยะยาว เช่น การมอบของที่ระลึก หรือ ส่วนลดพิเศษ	4.71	0.58	มากที่สุด
รวม	**4.65**	**0.34**	**มากที่สุด**

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Independent Sample t-test

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร	ชาย		หญิง		t	Sig.	ผลทดสอบสมมติฐาน
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ด้านองค์กร	4.64	0.40	4.61	0.43	0.62	0.54	ไม่แตกต่าง
ด้านพนักงาน	4.69	0.36	4.67	0.39	0.39	0.70	ไม่แตกต่าง
ด้านบริการ	4.64	0.37	4.58	0.44	1.56	0.12	ไม่แตกต่าง
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	3.83	0.87	3.91	0.84	-0.90	0.37	ไม่แตกต่าง
รวม	**4.45**	**0.25**	**4.44**	**0.90**	**0.24**	**0.81**	**ไม่แตกต่าง**

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครทั้งในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	ช่วงอายุ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านองค์กร	ต่ำกว่า 20 ปี	4.71	0.28	3.76	0.01*	แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.69	0.45			
	31 - 40 ปี	4.56	0.39			
	มากกว่า 40 ปี	4.54	0.38			

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	ช่วงอายุ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านพนักงาน	ต่ำกว่า 20 ปี	4.69	0.34	2.49	0.06	ไม่แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.73	0.41			
	31 - 40 ปี	4.65	0.33			
	มากกว่า 40 ปี	4.59	0.39			
ด้านบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	4.66	0.35	7.16	0.00*	แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.70	0.39			
	31 - 40 ปี	4.49	0.43			
	มากกว่า 40 ปี	4.56	0.37			
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	ต่ำกว่า 20 ปี	3.91	0.95	14.62	0.00*	แตกต่าง
	20 – 30 ปี	3.59	0.94			
	31 - 40 ปี	4.10	0.65			
	มากกว่า 40 ปี	4.24	0.60			
รวม	**ต่ำกว่า 20 ปี**	**4.49**	**0.25**	**0.85**	**0.47**	**ไม่แตกต่าง**
	20 – 30 ปี	**4.43**	**0.30**			
	31 - 40 ปี	**4.45**	**0.25**			
	มากกว่า 40 ปี	**4.48**	**0.24**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและด้านพนักงานไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านองค์กร ด้านบริการ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายคู่ด้วยค่า LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.20, 4.21, 4.22

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านองค์กร จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.76	0.08	0.07
20 – 30 ปี		-	0.01*	0.02*
31 - 40 ปี			-	0.71
มากกว่า 40 ปี				-

จากตาราง 4.20 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 2 คู่ คือ 1) 20 – 30 ปี กับ 31 - 40 ปี และ 2) 20 – 30 ปี กับ อายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.62	0.05*	0.30
20 – 30 ปี		-	0.00*	0.03*
31 - 40 ปี			-	0.30
มากกว่า 40 ปี				-

จากตาราง 4.21 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 3 คู่ คือ 1) ต่ำกว่า 20 ปี กับ 31 – 40 ปี 2) 20 – 30 ปี กับ อายุ 31 - 40 ปี และ 3) 20 – 30 ปี กับ อายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.06	0.26	0.08
20 – 30 ปี		-	0.00*	0.00*
31 - 40 ปี			-	0.28
มากกว่า 40 ปี				-

จากตาราง 4.22 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 2 คู่ คือ 1) 20 – 30 ปี กับ 31 – 40 ปี และ 2) 20 – 30 ปี กับ อายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านองค์กร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.58	0.34	3.46	0.03*	แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.62	0.44			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.81	0.26			
ด้านพนักงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.62	0.38	1.18	0.31	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.69	0.37			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.72	0.41			
ด้านบริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.56	0.43	1.18	0.31	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.61	0.41			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.69	0.33			
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.09	0.75	2.63	0.07	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	3.83	0.87			
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.86	0.85			
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม	**ต่ำกว่าปริญญาตรี**	**4.46**	**0.26**	**1.32**	**0.27**	**ไม่แตกต่าง**
	ปริญญาตรี	**4.44**	**0.28**			
	สูงกว่าปริญญาตรี	**4.52**	**0.25**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านองค์กร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายคู่ด้วยค่า LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.24

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	0.46	0.01*
ปริญญาตรี		-	0.02*
สูงกว่าปริญญาตรี			-

จากตาราง 4.24 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 2 คู่ คือ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี และ 2) ปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านองค์กร	โสด	4.66	0.43	1.5	0.21	ไม่แตกต่าง
	สมรส	4.58	0.38			
	หย่า/หม้าย	4.56	0.56			
ด้านพนักงาน	โสด	4.70	0.41	1.17	0.31	ไม่แตกต่าง
	สมรส	4.65	0.32			
	หย่า/หม้าย	4.77	0.31			
ด้านบริการ	โสด	4.66	0.41	5.70	0.00*	แตกต่าง
	สมรส	4.52	0.41			
	หย่า/หม้าย	4.73	0.34			
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	โสด	3.72	0.92	8.72	0.00*	แตกต่าง
	สมรส	4.08	0.72			
	หย่า/หม้าย	4.06	0.48			
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม	**โสด**	**4.43**	**0.30**	**0.96**	**0.39**	**ไม่แตกต่าง**
	สมรส	**4.46**	**0.24**			
	หย่า/หม้าย	**4.53**	**0.20**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จากตาราง 4.25 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านบริการ และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายคู่ด้วยค่า LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.26, 4.27

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านบริการ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หย่า/หม้าย
โสด	-	0.00*	0.56
สมรส		-	0.09
หย่า/หม้าย			-

จากตาราง 4.26 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 1 คู่ คือ 1) โสด กับ สมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	โสด	สมรส	หย่า/หม้าย
โสด	-	0.00*	0.17
สมรส		-	0.95
หย่า/หม้าย			-

จากตาราง 4.27 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 1 คู่ คือ 1) โสด กับ สมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านองค์กร	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.71	0.27	1.93	0.09	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.57	0.47			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.74	0.29			
	รับจ้างทั่วไป	4.68	0.44			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.65	0.31			
	อื่นๆ	4.59	0.33			
ด้านพนักงาน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.65	0.36	2.17	0.06	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.65	0.42			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.77	0.30			
	รับจ้างทั่วไป	4.85	0.28			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.71	0.29			
	อื่นๆ	4.63	0.29			

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านบริการ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.64	0.31	2.11	0.06	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.57	0.44			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.70	0.36			
	รับจ้างทั่วไป	4.77	0.37			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.54	0.44			
	อื่นๆ	4.66	0.27			
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.86	0.90	1.19	0.31	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.90	0.79			
	นักเรียน/นักศึกษา	3.74	1.03			
	รับจ้างทั่วไป	3.60	0.92			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.03	0.82			
	อื่นๆ	3.88	1.04			

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.47	0.21	0.77	0.57	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.42	0.31			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.49	0.24			
	รับจ้างทั่วไป	4.48	0.22			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.48	0.25			
	อื่นๆ	4.44	0.14			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.28 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านองค์กร	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.66	0.49	2.76	0.04*	แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.65	0.39			
	45,001-60,000 บาท	4.51	0.36			
	มากกว่า 60,000บาท	4.70	0.23			
ด้านพนักงาน	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.73	0.46	1.10	0.35	ไม่แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.67	0.36			
	45,001-60,000 บาท	4.64	0.30			
	มากกว่า 60,000บาท	4.67	0.28			
ด้านบริการ	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.73	0.41	8.52	0.00*	แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.61	0.41			
	45,001-60,000 บาท	4.43	0.36			
	มากกว่า 60,000 บาท	4.64	0.32			

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม	ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.51	0.91	13.81	0.00*	แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	3.91	0.84			
	45,001-60,000 บาท	4.21	0.63			
	มากกว่า 60,000บาท	4.30	0.53			
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม	**ต่ำกว่า 20,000 บาท**	**4.41**	**0.32**	**2.09**	**0.10**	**ไม่แตกต่าง**
	20,001-45,000 บาท	**4.46**	**0.27**			
	45,001-60,000 บาท	**4.45**	**0.21**			
	มากกว่า 60,000บาท	**4.58**	**0.19**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.29 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านองค์กร ด้านบริการ และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายคู่ด้วยค่า LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.30, 4.31

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านองค์กร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 20,000	20,001-45,000	45,001-60,000	มากกว่า 60,000
ต่ำกว่า 20,000	-	0.78	0.01*	0.71
20,001-45,000		-	0.01*	0.61
45,001-60,000			-	0.09
มากกว่า 60,000				-

จากตาราง 4.30 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 2 คู่ คือ 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท กับ 45,001-60,000 บาท และ 2) 20,001-45,000 บาท กับ 45,001-60,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 20,000	20,001-45,000	45,001-60,000	มากกว่า 60,000
ต่ำกว่า 20,000	-	0.01*	0.00*	0.43
20,001-45,000		-	0.00*	0.76
45,001-60,000			-	0.06
มากกว่า 60,000				-

จากตาราง 4.31 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า มี 3 คู่ คือ 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท กับ 20,001-45,000 บาท 2) ต่ำกว่า 20,000 บาท กับ 45,001-60,000 บาท และ 3) 20,001-45,000 บาท กับ มากกว่า 45,001-60,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 20,000	20,001-45,000	45,001-60,000	มากกว่า 60,000
ต่ำกว่า 20,000	-	0.00*	0.00*	0.00*
20,001-45,000		-	0.00*	0.07
45,001-60,000			-	0.71
มากกว่า 60,000				-

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จากตาราง 4.32 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 4 คู่ คือ 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท กับ 20,001-45,000 บาท 2) ต่ำกว่า 20,000 บาท กับ 45,001-60,000 บาท 3) ต่ำกว่า 20,000 บาท กับ มากกว่า 60,000 บาท และ 4) 20,001-45,000 บาท กับ 45,001-60,000 บาทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Independent Sample t-test

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ชาย		หญิง		t	Sig.	ผลการทดสอบ
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.70	0.34	4.76	0.32	-1.64	0.10	ไม่แตกต่าง
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.72	0.36	4.74	0.35	-0.47	0.64	ไม่แตกต่าง
ด้านการตอบสนอง	4.80	0.32	4.82	0.33	-0.38	0.70	ไม่แตกต่าง
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	4.81	0.31	4.81	0.37	-0.05	0.96	ไม่แตกต่าง
ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.64	0.34	4.65	0.34	-0.40	0.69	ไม่แตกต่าง
ภาพรวม	**4.76**	**0.27**	**4.78**	**0.30**	**-0.74**	**0.46**	**ไม่แตกต่าง**

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.33 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	**ช่วงอายุ**	$\bar{x}$	**S.D**	**F**	**Sig.**	**ผลการทดสอบ**
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 20 ปี	4.78	0.30	0.99	0.40	ไม่แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.74	0.36			
	31 - 40 ปี	4.74	0.25			
	มากกว่า 40 ปี	4.67	0.39			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่า 20 ปี	4.72	0.36	2.42	0.07	ไม่แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.77	0.36			
	31 - 40 ปี	4.72	0.30			
	มากกว่า 40 ปี	4.62	0.43			
ด้านการตอบสนอง	ต่ำกว่า 20 ปี	4.81	0.36	3.73	0.01*	แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.83	0.34			
	31 - 40 ปี	4.84	0.27			
	มากกว่า 40 ปี	4.68	0.37			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	ต่ำกว่า 20 ปี	4.81	0.35	0.44	0.72	ไม่แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.81	0.37			
	31 - 40 ปี	4.83	0.32			
	มากกว่า 40 ปี	4.76	0.33			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ต่ำกว่า 20 ปี	4.69	0.29	2.85	0.04*	แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.69	0.38			
	31 - 40 ปี	4.62	0.28			
	มากกว่า 40 ปี	4.55	0.36			
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวม	ต่ำกว่า 20 ปี	4.78	0.28	2.09	0.10	ไม่แตกต่าง
	20 – 30 ปี	4.79	0.32			
	31 - 40 ปี	4.78	0.22			
	มากกว่า 40 ปี	**4.68**	**0.29**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จากตาราง 4.34 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการตอบสนอง และด้านการดูแลเอาใจใส่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายคู่ด้วยค่า LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.35, 4.36

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านด้านการตอบสนอง

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.84	0.68	0.07
20 – 30 ปี		-	0.69	0.00*
31 - 40 ปี			-	0.00*
มากกว่า 40 ปี				-

จากตาราง 4.35 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า มี 2 คู่ คือ 1) 20 – 30 ปี กับ มากกว่า 40 ปี และ 2) 31 - 40 ปี กับ อายุมากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านการดูแลเอาใจใส่ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	20 – 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ต่ำกว่า 20 ปี	-	0.95	0.33	0.07
20 – 30 ปี		-	0.09	0.01*
31 - 40 ปี			-	0.17
มากกว่า 40 ปี				-

จากตาราง 4.36 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 1 คู่ คือ 1) 20 – 30 ปี กับ มากกว่า 40 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.69	0.35	0.99	0.37	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.74	0.33			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.79	0.23			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.69	0.38	0.92	0.40	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.73	0.36			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.80	0.24			
ด้านการตอบสนอง	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.79	0.31	0.45	0.64	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.81	0.34			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.86	0.19			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.77	0.39	0.81	0.45	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.81	0.34			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.87	0.31			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.61	0.36	0.60	0.55	ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.65	0.34			
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.69	0.31			
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวม	**ต่ำกว่าปริญญาตรี**	**4.74**	**0.30**	**1.10**	**0.33**	**ไม่แตกต่าง**
	ปริญญาตรี	**4.77**	**0.29**			
	สูงกว่าปริญญาตรี	**4.83**	**0.17**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.37 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	สถานภาพ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	โสด	4.74	0.33	0.12	0.89	ไม่แตกต่าง
	สมรส	4.73	0.31			
	หย่า/หม้าย	4.77	0.34			
ด้านความน่าเชื่อถือ	โสด	4.75	0.35	1.26	0.29	ไม่แตกต่าง
	สมรส	4.70	0.35			
	หย่า/หม้าย	4.79	0.44			
ด้านการตอบสนอง	โสด	4.81	0.35	0.05	0.95	ไม่แตกต่าง
	สมรส	4.82	0.29			
	หย่า/หม้าย	4.81	0.34			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	โสด	4.80	0.38	0.45	0.64	ไม่แตกต่าง
	สมรส	4.81	0.31			
	หย่า/หม้าย	4.90	0.17			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	โสด	4.68	0.35	2.64	0.07	ไม่แตกต่าง
	สมรส	4.60	0.31			
	หย่า/หม้าย	4.69	0.43			
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวม	**โสด**	**4.77**	**0.31**	**0.22**	**0.80**	**ไม่แตกต่าง**
	สมรส	**4.76**	**0.25**			
	หย่า/หม้าย	**4.82**	**0.26**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.38 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.5 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.74	0.32	0.76	0.58	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.71	0.33			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.80	0.29			
	รับจ้างทั่วไป	4.77	0.36			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.77	0.31			
	อื่นๆ	4.75	0.23			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.79	0.27	1.62	0.15	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.69	0.35			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.78	0.33			
	รับจ้างทั่วไป	4.81	0.42			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.77	0.38			
	อื่นๆ	4.59	0.48			
ด้านการตอบสนอง	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.80	0.35	0.60	0.70	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.79	0.34			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.83	0.33			
	รับจ้างทั่วไป	4.87	0.22			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.86	0.29			

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านการตอบสนอง (ต่อ)	อื่นๆ	4.81	0.35			
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.84	0.30	0.87	0.50	ไม่แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.79	0.38			
	รับจ้างทั่วไป	4.91	0.18			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.79	0.38			
	อื่นๆ	4.88	0.19			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.63	0.35	2.40	0.04*	แตกต่าง
	พนักงานบริษัทเอกชน	4.61	0.35			
	นักเรียน/นักศึกษา	4.72	0.32			
	รับจ้างทั่วไป	4.75	0.39			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.75	0.22			
	อื่นๆ	4.69	0.26			
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวม	**ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ**	**4.79**	**0.25**	**1.00**	**0.42**	**ไม่แตกต่าง**
	พนักงานบริษัทเอกชน	**4.75**	**0.30**			
	นักเรียน/นักศึกษา	**4.81**	**0.26**			
	รับจ้างทั่วไป	**4.84**	**0.23**			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	**4.80**	**0.29**			
	อื่นๆ	**4.76**	**0.27**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จากตาราง 4.39 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการดูแลเอาใจใส่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์รายคู่ด้วยค่า LSD ปรากฏดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบรายคู่ด้านการดูแลเอาใจใส่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักเรียน/ นักศึกษา	รับจ้าง ทั่วไป	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	-	0.69	0.22	0.10	0.07	0.64
พนักงานบริษัทเอกชน		-	0.08	0.03*	0.01*	0.51
นักเรียน/นักศึกษา			-	0.68	0.65	0.83
รับจ้างทั่วไป				-	1.00	0.64
ประกอบธุรกิจส่วนตัว					-	0.63
อื่นๆ						-

จากตาราง 4.40 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยค่า LSD พบว่า 2 คู่ คือ 1) พนักงานบริษัทเอกชน กับ รับจ้างทั่วไป และ 2) พนักงานบริษัทเอกชน กับ ประกอบธุรกิจส่วนตัว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้รับบริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ F-test (One way ANOVA)

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.73	0.41	0.30	0.82	ไม่แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.73	0.31			
	45,001-60,000 บาท	4.75	0.24			
	มากกว่า 60,000 บาท	4.80	0.16			
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.74	0.44	0.14	0.93	ไม่แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.74	0.32			
	45,001-60,000 บาท	4.72	0.29			
	มากกว่า 60,000 บาท	4.69	0.37			
ด้านการตอบสนอง	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.80	0.38	0.85	0.47	ไม่แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.79	0.34			
	45,001-60,000 บาท	4.86	0.18			
	มากกว่า 60,000 บาท	4.81	0.25			

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	S.D	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านการให้ความเชื่อมั่น	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.81	0.40	0.46	0.71	ไม่แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.80	0.36			
	45,001-60,000 บาท	4.58	0.21			
	มากกว่า 60,000บาท	4.77	0.43			
ด้านการดูแลเอาใจใส่	ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.69	0.41	1.01	0.39	ไม่แตกต่าง
	20,001-45,000 บาท	4.64	0.32			
	45,001-60,000 บาท	4.62	0.28			
	มากกว่า 60,000บาท	4.63	0.33			
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการโดยรวม	**ต่ำกว่า 20,000 บาท**	**4.77**	**0.36**	**0.22**	**0.88**	**ไม่แตกต่าง**
	20,001-45,000 บาท	**4.76**	**0.29**			
	45,001-60,000 บาท	**4.79**	**0.15**			
	มากกว่า 60,000บาท	**4.77**	**0.21**			

หมายเหตุ. *แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.41 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้งในภาพรวมและในด้านรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณหรือเชิงสำรวจตัวอย่าง (Sample survey research) จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน)
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน)

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน และเพศชาย จำนวน 167 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 183 คน รองลงมา อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 135 คน อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 55 คน และ อายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 27 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 302 คน รองลงมามีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน และระดับอายุสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 229 คน รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 159 คน และสถานภาพหย่า/หม้าย จำนวน 12 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 222 คน รองลงมา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 57 คน ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 46 คน นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 36 คน รับจ้างทั่วไป จำนวน 31 คน และอื่นๆ จำนวน 8 คน ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-45,000 บาท จำนวน 188 คน รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 133 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท จำนวน 83 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท จำนวน 16 คน

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์องค์กร จากการศึกษาข้อมูลภาพลักษณ์องค์กรพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบริการอยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถพิจารณาด้านต่างๆ เป็นรายข้อได้ดังนี้

2.1 ด้านองค์กร ในระดับเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ โรงพยาบาลมีความทันสมัยและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากที่สุด โรงพยาบาลมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากที่สุด และโรงพยาบาลได้รับมาตรฐานสากล อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.2 ด้านพนักงาน เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความตั้งใจและเอาใจใส่ในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส อยู่ในระดับมากที่สุด และ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

2.3 ด้านบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำด้วยความเต็มใจ เข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้ใช้บริการได้รับบริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ อยู่ในระดับมากที่สุด โรงพยาบาลมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด และ ผู้บริการได้รับบริการด้วยความรวดเร็ว ตามลำดับ

2.4 ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงพยาบาลจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ ป้องกันสุขภาพอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ โรงพยาบาลให้ความช่วยเหลือผู้ยากไร้ในการรักษาพยาบาลทั้งในระดับเบื้องต้นและอาการสาหัส อยู่ในระดับมาก โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่และใกล้เคียง อยู่ในระดับมาก และ โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการสมทบทุนช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการ จากการศึกษาข้อมูลคุณภาพการบริการพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกายภาพในระดับมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ซึ่งสามารถพิจารณาด้านต่างๆเป็นรายข้อได้ดังนี้

3.1 ลักษณะทางกายภาพ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเดินทางมาโรงพยาบาลมีความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน และมีความทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ แสดงอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด และ ที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3.2 ความน่าเชื่อถือ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการให้บริการตรงตามเวลา อยู่ในระดับมากที่สุด และ แพทย์มีความชัดเจนในการวินิจฉัยและให้คำแนะนำอย่างละเอียด อยู่

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ผลการตรวจของโรงพยาบาลมีความถูกต้องแม่นยำ อยู่ในระดับมากที่สุด และโรงพยาบาลได้รับรางวัลมาตรฐานระดับโลก มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3.3 การตอบสนอง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถตอบสิ่งที่ผู้รับบริการสงสัยได้ถูกต้องอย่างทันท่วงที อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถแนะนำโปรโมชั่นต่างๆ ของโรงพยาบาลแก่ผู้รับบริการได้อย่างละเอียด อยู่ในระดับมากที่สุด เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และถูกต้องตามขั้นตอน อยู่ในระดับมากที่สุด และ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการด้วยความสุภาพและอ่อนน้อม อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3.4 การให้ความเชื่อมั่น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีช่องทางที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้รับบริการรู้สึกคุ้มค่าในค่าใช้จ่ายและการบริการที่ได้รับ อยู่ในระดับมากที่สุด เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีทักษะการให้บริการที่ดีและมีมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด และ ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการบริการของโรงพยาบาล อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3.5 การดูแลเอาใจใส่ เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงพยาบาลมีการรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในระยะยาว เช่น การมอบของที่ระลึก หรือ ส่วนลดพิเศษ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถจดจำชื่อหรือรายละเอียดของของผู้ป่วยได้ อยู่ในระดับมากที่สุด เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการโทรสอบถามติดตามอาการหลังการรักษาอยู่เสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด และ เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการให้บริการตรงตามความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่1 ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน) ที่แตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน

(1) เพศ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและในรายด้าน

(2) อายุ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและด้านพนักงานไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านองค์กร ด้านบริการ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม แตกต่างกัน

(3) ระดับการศึกษา ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านองค์กร

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

(4) สถานภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านบริการ และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

(5) อาชีพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน

(6) รายได้ต่อเดือน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านองค์กร ด้านบริการ และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน) แตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน

(1) เพศ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

(2) อายุ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการตอบสนอง และด้านการดูแลเอาใจใส่

(3) ระดับการศึกษา ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน

(4) สถานภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน

(5) อาชีพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการดูแลเอาใจใส่

(6) รายได้ต่อเดือน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้ในภาพรวมและในด้านรายด้านไม่แตกต่างกัน

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 จากผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบ พบว่า ผู้มาใช้บริการเป็นพนักงานเอกชนมากกว่าข้าราชการ โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 20,000-45,000 บาทซึ่งสมเหตุสมผล เป็นผลมาจากโดยปกติภาคเอกชนจะมีฐานรายได้สูงกว่าราชการ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าโครงสร้างเงินเดือนข้าราชการพลเรือนต่ำสุดเดือนละ 4,870 บาท (Itax, 2564) และ พนักงานภาคเอกชนต่ำสุดจะเริ่มต้นเดือนละ 10,000 บาท (Today Bizview, 2565) อีกทั้งข้าราชการส่วนใหญ่จะใช้บริการกับโรงพยาบาลรัฐเนื่องจากสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ส่วนที่ 2 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์องค์กร พบว่า ด้านพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้ายคือ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่า ในการให้บริการของโรงพยาบาล ภาพลักษณ์องค์กรที่ดีจะสะท้อนจากตัวพนักงานมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของงานบริการที่เป็น High involvement ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบ การที่พนักงานมีความตั้งใจและเอาใจใส่ในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญในการปฏิบัติงานและให้บริการของพนักงาน โดยการรักษามาตรฐานที่สูงไว้ให้ได้ และในส่วนของภาพสะท้อนมาจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริโภคในปัจจุบันก็ให้ความสนใจมากขึ้นว่าองค์กรธุรกิจในปัจจุบันดำเนินธุรกิจแบบมีส่วนร่วมในความเป็นไปของสังคมหรือไม่ หากแต่ว่าจากผลการวิจัยระดับความสำคัญในปัจจัยนี้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแม้ว่าจะมีระดับความสำคัญที่สูง หากแต่เมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ ก็อยู่ในระดับที่น้อยกว่า ซึ่งก็น่าจะเป็นไปด้วยเหตุผลที่ว่า การดำเนินงาน หรือ กิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคมนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบโดยตรงกับตัวผู้รับการบริการแต่ทั้งนี้ผลประโยชน์ต่างๆ จะกระทบต่อภาคส่วนอื่นๆ

ส่วนที่ 3 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการ พบว่า ด้านการตอบสนอง และการให้ความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และอยู่ในระดับมากที่สุด จะเห็นได้ว่าด้านการตอบสนอง และการให้ความเชื่อมั่นเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจสถานพยาบาล เพราะธุรกิจชนิดนี้ให้บริการเกี่ยวกับการฟื้นฟู ดูแลและรักษาที่เกี่ยวเนื่องและมีความสำคัญเป็นอย่างมากกับชีวิตของผู้รับบริการ

ส่วนที่ 4 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของเพศ และ อาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านของ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน จะมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกันไม่ว่าจะเป็นด้านองค์กร ด้านบริการ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ผู้รับบริการที่มีอายุมากกว่าจะมีความคาดหวังมากกว่า อาจเป็นผลมาจากดำเนินชีวิตและประสบการณ์การการรับรู้ข้อมูลที่มีมากกว่า ในด้านการศึกษาจะมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกันในด้านขององค์กร เนื่องจากผู้รับบริการที่มีการศึกษาสูงกว่าจะสามารถวิเคราะห์และพิจารณาข้อมูลก่อนตัดสินใจเลือกรับบริการในหลากหลายมิติซึ่งจะมีความซับซ้อนกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่า ในด้านสถานะภาพ จะมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกันในด้านของด้านบริการ และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากผู้ที่มีสถานภาพสมรสมักจะตัดสินใจและพิจารณาภาพลักษณ์ในด้านบริการและด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีได้โดยจะคำนึงถึงครอบครัวเป็นหลัก แต่สำหรับสถานภาพอื่นมักจะพิจารณาภาพลักษณ์ด้านดังกล่าวจากเพื่อนหรือผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ในด้านรายได้ต่อเดือน จะมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกันในด้านของด้านองค์กร ด้านบริการ และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ผู้รับบริการที่มีรายได้มากส่วนใหญ่ จะมีความสามารถในการชำระค่ารักษาพยาบาลที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้ที่น้อยกว่า ในที่นี้หมายถึงเมื่อผู้รับบริการได้รับบริการโรงพยาบาลที่มีภาพลักษณ์ด้านดังกล่าวที่ดี ก็จะส่งผลมาสู่ภาพลักษณ์ที่ดีของตัวบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจักรกฤษ เดชพร (2563) พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความคิดเห็นต่อด้านการรับรู้ด้านการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ และภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของอำพลฟูดส์แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญ งานวิจัยของธราเทพ โชติวิชญ์พิพัฒน์ (2562) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ รายได้ และ ระดับการศึกษา ที่มีความแตกต่างส่งผลต่อภาพลักษณ์ของ7-11 ในมุมมองผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน งานวิจัยของพรรณอร กลิ่นศรีสุข (2560) พบว่า ลักษณะทางประชากร ที่มีอายุ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร และ ด้านการบริหารจัดการของกรมประชาสัมพันธ์มากกว่าผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18 – 28 ปี และ 29 – 39 ปี

ส่วนที่ 5 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านของ อายุ และอาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน โดยด้านอายุผู้รับบริการจะคำนึงถึง ด้านการตอบสนอง และด้านการดูแลเอาใจใส่ เนื่องจากผู้รับบริการที่มีอายุมากขึ้นส่วนใหญ่จะมีปัญหาสุขภาพและต้องการการดูแลเอาใจใส่มากกว่าผู้รับบริการที่อายุน้อย ส่วนในด้านของอาชีพ ผู้รับบริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความต้องการด้านการดูแลเอาใจใส่ที่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากสถานะทางสังคมและสถาพแวดล้อมในการประกอบอาชีพของผู้รับบริการเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกตุวดี ปานทอง (2564) พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการมีอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์การต่อการเลือกบริษัทขนส่งในการซื้อของออนไลน์แตกต่างกัน และ งานวิจัยของอมรารัตน์ บุญภา (2557) พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร มีข้อที่น่าสนใจและต้องมีการปรับปรุง ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบ

จากงานวิจัยจะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้ใช้บริการพนักงานข้าราชการในโรงพยาบาลเอกมีมากเป็นอันดับสองแต่มีจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ดังนั้นควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการร่วมด้วยโดยผ่านหน่วยงานและช่องทางต่างๆ ที่เกี่ยวไม่ว่าจะเป็น Facebook Line และเว็บไซต์ เป็นต้น โดยหากทำได้จะทำให้ผู้รับบริการกลุ่มนี้หันมาตัดสินใจเลือกใช้โรงพยาบาลเอกชนและเกิดการบอกต่อมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร

1) ในส่วนของภาพลักษณ์การรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อเปรียบกับภาพลักษณ์ด้านอื่นจะอยู่ในระดับที่น้อยกว่า โรงพยาบาลควรให้ความสำคัญในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมเพื่อสังคมที่ได้ดำเนินการให้คนภายนอกและลูกค้า ได้รับทราบมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นจุดแข็งอีกจุดหนึ่งในอนาคตที่ทำให้ โรงพยาบาลสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้

2) อายุต่างกัน จะมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านองค์กร ด้านบริการ และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นควรศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ที่เหมาะสมในแต่ละช่วงอายุเพื่อทำให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เข้าถึงได้ง่ายและคุ้มค่าที่สุด

3) ในด้านสถานะภาพ จะมีระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกันในด้านของด้านบริการ และ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นโรงพยาบาลควรใช้พรีเซนเตอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ ให้เหมาะสมกับกลุ่มที่ต้องการจะทำการสื่อสารพร้อมทั้งจัดกิจกรรม CSR เพื่อตอบแทนสังคมอยู่เสมอ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยคุณภาพการบริการ

1) เนื่องจากผู้รับบริการยังคงให้ความสำคัญกับความรู้สึกที่ได้รับบริการจากพนักงานมากที่สุดซึ่งเป็นธรรมชาติของธุรกิจบริการ ดังนั้นโรงพยาบาลก็ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานให้มีคุณสมบัติตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง โดยจัดอบรมฝึกฝนพนักงานให้มีทักษะใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ

2) อายุ และอาชีพ มีอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้นโรงพยาบาลควรตอบสนองผู้รับบริการอย่างทันท่วงที โดยให้บริการอย่างกระตือรือร้น โทรติดตามอาการทุกครั้ง อีกทั้งหมั่นสอบถามความคิดเห็นผู้รับบริการอยู่เสมอเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้เสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

1. ควรศึกษาตัวอย่างที่เป็นพนักงานและบุคลากรในโรงพยาบาลเอกชนในปัจจัยภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการเพื่อให้เห็นมุมมองของผู้ปฏิบัติงาน

2. ควรศึกษาตัวอย่างของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพมหานครในปัจจัยภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บรรณานุกรม

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บรรณานุกรม

กันยพัชร์ วิชญชัยสิทธิ์. (2560). *กระบวนการตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมความงาม.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University. https://shorturl.asia/vdcDu

เกตุวดี ปานทอง. (2564). *ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์การที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทขนส่งในการซื้อของออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Katewadee.Pan.pdf

จักรกฤษ เดชพร. (2563). *การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้บริโภค กรณีศึกษา บริษัท อำพลฟูดส์โพรเซสซิ่ง จำกัด*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยศิลปากร. https://shorturl.asia/C9TVm

จิตติมา จันทรพร และญาฎา ศรีวิฑูรย์. (2561). *ภาพลักษณ์ตราสินค้าโทรศัพท์สมาร์ทโฟนจากประเทศจีนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. [รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ธราเทพ โชติวิชญ์พิพัฒน์. (2562). *ภาพลักษณ์ของ 7-11 ในมุมมองของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. ฝ่ายหลักสูตรโครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (หัวหมาก). https://shorturl.asia/1cmSt

ธารินี ใจดี. (2559). *การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์ในการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของผู้รับบริการ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. คลังปัญญามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. https://shorturl.asia/4Dpol

นันทพร อารมณ์ชื่น. (2558). *ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAP ในการใช้ สิทธิประกันสังคม*. [งานนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). *คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร. https://shorturl.asia/oFWdw

พรรณอร กลิ่นศรีสุข. (2560). *ภาพลักษณ์และช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชน*. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. ห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร. https://shorturl.asia/AuhFv

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บรรณานุกรม (ต่อ)

พีระนัฐ โล่วันทา. (2564). *การตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้]. สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. https://shorturl.asia/0pqt1

พูลสุข นิลกิจศรานนท์. (2563, 2 กันยายน). *แนวโน้มธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนไทย ปี 2563-2565 : ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน*. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). https://shorturl.asia/xNqr9

รชพล มงคลธนิต. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนเปียโนออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร.* [ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. https://shorturl.asia/GnE9a

รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการมาใช้ บริการซ้ำ ของผู้บริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. https://shorturl.asia/mxAjH

วนัสพร บุบผาทอง. (2564). *การตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการศูนย์บริการโตโยต้านครปฐม ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยศิลปากร. https://shorturl.asia/Uv43J

วรัสสิญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุง ศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค203.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยศิลปากร. https://shorturl.asia/fFKwD

วัชรากร สุวรรณ์. (2558). *ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ (SiPH) ในการรับรู้ของผู้ใช้บริการ.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. ห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://shorturl.asia/uFaZJ

วัลลี คำสมนึก. (2564). *ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขกาฬสินธุ์จำกัด.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. https://shorturl.asia/CWlYd

วิรัตน์ ชนะสิมมา. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคำ กรณีศึกษาตำบลบ้านโคก อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, *11*(2), 15-27.

วิลาสินี จงกลพืช. (2563). *คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ววิทยาศาสตร์ กรณีศึกษา บริษัทเอ็น เค แลบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. คลังปัญญา มหาวิทยาลัยศิลปากร. https://shorturl.asia/HOChJ

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิรสา สอนศรี. (2564). ภาพลักษณ์และประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่มีต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *พิฆเนศวร์สาร*, *17*(2), 129-141.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *จำนวนเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์จำแนกตามภาคและจังหวัด พ.ศ. 2560 - 2564.* http://statbbi.nso.go.th/staticreport/Page/sector/TH/report/sector_05_24_TH_.xlsx

สุวิมล ติรกานันท์. (2555). *การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.* ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

อมรารัตน์ บุญภา. (2557). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลพวา อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา]. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา. https://shorturl.asia/A7Sot

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis.* (2 nd ed). Harper and Row.

Itax. (2564, 4 กันยายน). *เงินเดือนข้าราชการ (อัพเดทล่าสุด 2566).* https://shorturl.asia/1Wijc

Today BIzview. (2565, 31 มกราคม). *เปิดฐานเงินเดือนพนักงานออฟฟิศไทย 2564 จบใหม่ ป.ตรี เริ่มสูงสุด 5 หมื่น ซีอีโอตัวท็อป เงินเดือนทะลุ 7 แสน.* Workpointtoday. https://workpointtoday.com/thai-office-workers-salary-2564/

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ภาคผนวก

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

แบบสอบถามฉบับนี้ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิจัยของนักศึกษาการจัดการการตลาดดิจิตอล มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่มีผลกระทบใดต่อตัวท่าน ทั้งนี้ แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ตอน โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด และคำถามแต่ละข้อ สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย □ ลงในช่องว่าง ( ) ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1) เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2) อายุ

( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 20 – 30 ปี ( ) 31 - 40 ปี ( ) มากกว่า 40 ปี

3) ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4) สถานภาพสมรส

( ) โสด ( ) สมรส ( ) หย่า/หม้าย

5) อาชีพ

( ) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) นักเรียน/นักศึกษา

( ) รับจ้างทั่วไป ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) อื่นๆ

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

( ) ต่ำกว่า 20,000 บาท ( ) 20,001-45,000 บาท

( ) 45,001-60,000 บาท ( ) มากกว่า 60,000 บาท

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย □ ลงในช่องมีระดับความสำคัญตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และขอความกรุณาตอบคำถามแต่ละข้อได้เพียงคำตอบเดียว ทั้งนี้ พิจารณาให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

5 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญปานกลาง

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

2 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญน้อยที่สุด

ภาพลักษณ์องค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	2	4	5
ด้านองค์กร					
7. โรงพยาบาลมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก					
8. โรงพยาบาลมีความทันสมัยและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง					
9. โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ					
10. โรงพยาบาลได้รับมาตรฐานสากล					
ด้านพนักงาน					
11. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					
12. พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง					
13. พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส					
14. พนักงานมีความตั้งใจและเอาใจใส่ในการให้บริการ					
ด้านบริการ					
15. ผู้ใช้บริการได้รับบริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ					
16. ผู้บริการได้รับบริการด้วยความรวดเร็ว					
17. โรงพยาบาลมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ					
18. พนักงานให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำด้วยความเต็มใจ เข้าใจง่าย					
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม					
19. โรงพยาบาลจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ ป้องกันสุขภาพอย่างต่อเนื่อง					
20. โรงพยาบาลให้ความช่วยเหลือผู้ยากไร้ในการรักษาพยาบาลทั้งในระดับเบื้องต้นและอาการสาหัส					
21. โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการสมทบทุนช่วยเหลือมูลนิธิต่างๆ					
22. โรงพยาบาลมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่และใกล้เคียง					

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

<u>ตอนที่ 3</u> สอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย □ ลงในช่องมีระดับความสำคัญตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และขอความกรุณาตอบคำถามแต่ละข้อได้เพียงคำตอบเดียว ทั้งนี้ พิจารณาให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

5 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นว่าสำคัญน้อยที่สุด

คุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
23. การเดินทางมาโรงพยาบาลมีความสะดวกสบาย					
24. ที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้รับบริการ					
25. มีป้ายสัญลักษณ์ต่างๆแสดงอย่างชัดเจน					
26. เครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน และมีความทันสมัย					
ด้านความน่าเชื่อถือ					
27. แพทย์มีความชัดเจนในการวินิจฉัยและให้คำแนะนำอย่างละเอียด					
28. โรงพยาบาลได้รับรางวัลมาตรฐานระดับโลก มีความน่าเชื่อถือ					
29. ผลการตรวจของโรงพยาบาลมีความถูกต้องแม่นยำ					
30. มีการให้บริการตรงตามเวลา					
ด้านการตอบสนอง					
31. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถตอบสิ่งที่ผู้รับบริการสงสัยได้ถูกต้องอย่างทันท่วงที					
32. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการด้วยความสุภาพและอ่อนน้อม					
33. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลให้บริการอย่างทั่วถึง รวดเร็วและถูกต้องตามขั้นตอน					
34. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถแนะนำโปรโมชั่นต่างๆของโรงพยาบาลแก่ผู้รับบริการได้อย่างละเอียด					

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

คุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านการให้ความเชื่อมั่น					
35. มีช่องทางที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวก รวดเร็ว					
36. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีทักษะการให้บริการที่ดี และมีมาตรฐาน					
37. ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการบริการของโรงพยาบาล					
38. ผู้รับบริการรู้สึกคุ้มค่าในค่าใช้จ่ายและการบริการที่ได้รับ					
ด้านการดูแลเอาใจใส่					
39. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการให้บริการตรงตามความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการ					
40. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลมีการโทรสอบถามติดตามอาการหลังการรักษาอยู่เสมอ					
41. เจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาลสามารถจดจำชื่อหรือรายละเอียดของของผู้ป่วยได้					
42. โรงพยาบาลมีการรักษาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการในระยะยาว เช่น การมอบของที่ระลึก หรือ ส่วนลดพิเศษ					

ตอนที่4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

DPU DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล พัชริดาพร สืบสำราญ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2565	ศึกษาต่อระดับปริญญาโท การจัดการการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2562	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม บริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2563 - ปัจจุบัน	โรงพยาบาลเวิลด์เมดิคอล