



Service Innovations that Influence the Utilization of Private Hospitals in Thailand

Rattana Chaikalaya¹ and Rungroje Songsraboon²

¹Faculty of Business Administration, Siam Technological College, Thailand

²Faculty of Business Administration, Siam University, Thailand

E-mail: rattananueng111@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-4564-2096>

Corresponding author: rungroje.s@siam.edu, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6431-9438>

Received 21/08/2024

Revised 24/08/2024

Accepted 17/10/2024

Abstract

Background and Objectives: The private hospital industry in Thailand has been adversely affected by the slow economic growth, leading to cautious spending among the middle-income group, which is the primary customer base for private hospitals. This has resulted in a significant decline in the number of patients. This research aims to: 1) explore the general characteristics of private hospital users in Thailand; 2) examine the level of perceived service innovation that influences the decision to use private hospitals in Thailand; and 3) identify service innovations that have an impact on the decision to use private hospitals in Thailand.

Methodology: The sample consisted of 400 users of private hospitals in Thailand. Specific data was collected using a questionnaire. Descriptive statistics such as mean and standard deviation were used, along with Pearson's correlation and stepwise multiple linear regression.

Results: 1) Most users were female, aged between 40-60 years, with a bachelor's degree, employed in the private sector, and had a monthly income of 30,001-50,000 baht. 2) Perception of service innovation was significantly correlated with the decision to use private hospitals, particularly in the areas of interaction with users (Mean = 4.14, S.D. = 0.741), service concept (Mean = 4.03, S.D. = 0.512), and technology (Mean = 3.45, S.D. = 0.582). The least significant aspect was new service delivery processes (Mean = 3.11, S.D. = 0.654). 3) Service innovation factors influencing the decision to use private hospitals were service concept (β)=0.134, interaction with users (β)=0.094, new service delivery processes (β)=0.213, and technology (β)=0.145.

Conclusion: Private hospitals should adopt service innovations to enhance customer satisfaction and encourage repeat business. This will contribute to the long-term success and sustainability of the business.

Keywords: Service Innovation; Service Utilization; Private Hospitals



นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

รัตนา ชัยกัลยา¹ และ รุ่งโรจน์ สงสระบุญ²

¹คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม, ²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจในประเทศที่ขยายตัวช้า ส่งผลให้ผู้มีรายได้ระดับกลางซึ่งเป็นลูกค้าหลักของโรงพยาบาลมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย สะท้อนจากจำนวนผู้ป่วยที่เข้ารับบริการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ บทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย และ 3) เพื่อค้นหานวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย: กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Stepwise

ผลการศึกษา: 1) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วงอายุ 40-60 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท 2) การรับรู้นวัตกรรมบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (Mean = 4.14, S.D. = 0.741) ด้านแนวความคิดการบริการ (Mean = 4.03, S.D. = 0.512) ด้านเทคโนโลยีการให้บริการมีความสำคัญมากที่สุด (M = 3.45, S.D. = 0.582) ด้านที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ (M = 3.11, S.D. = 0.654) และ ตามลำดับ และ 3) นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ได้แก่ ด้านแนวความคิดการให้บริการ (β)=0.134 ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ(β)=0.094 ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ (β)=0.213 และด้านเทคโนโลยีการให้บริการ (β)=0.145 3)

สรุปผล: แนวทางของโรงพยาบาลเอกชนควรนำนวัตกรรมการให้บริการในโรงพยาบาล เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการ แล้วกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ : นวัตกรรมบริการ; การใช้บริการ; โรงพยาบาลเอกชน

บทนำ

ผู้ประกอบการโรงพยาบาลเอกชนขยายการลงทุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและรักษาการเติบโตของรายได้ในระยะยาว โดยใช้กลยุทธ์หลายรูปแบบ อาทิ การขยายพื้นที่ให้บริการและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การลงทุนศูนย์รักษาโรคเฉพาะทางและโรคซับซ้อนเพื่อจับตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม รวมถึงการขยายตลาดลูกค้าต่างประเทศ โดยโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายมากจะมีความได้เปรียบทั้งด้านต้นทุนและบุคลากร อีกทั้งสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการหลายระดับทั้งในและต่างประเทศ ส่วนโรงพยาบาลขนาด

กลางและเล็กที่ไม่มีสาขา (Standalone) ดำเนินธุรกิจได้ยากกว่า เนื่องจากฐานรายได้สำคัญมาจากลูกค้ากลุ่มรายได้ระดับกลางลงมา ยกเว้นโรงพยาบาลที่รับลูกค้าประกันสังคม โรงพยาบาลเฉพาะทางที่มีลูกค้าเฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตาม โรงพยาบาลขนาดกลางและเล็กที่มีศักยภาพสามารถเพิ่มสภาพคล่องผ่านการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ปรับปรุง หรือขยายกิจการ รวมถึงการเป็นพันธมิตรกับโรงพยาบาลขนาดใหญ่ ซึ่งช่วยเพิ่มพูนความสามารถในการแข่งขันและรายได้ (The Bangkokpost, 2024)

โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสร้างการเติบโตโดยการเพิ่มเครือข่าย ทั้งการขยายสาขาหรือสร้างโรงพยาบาลแห่งใหม่กระจายไปในแถบหัวเมืองต่างจังหวัด เมืองท่องเที่ยวและเมืองชายแดนเพื่อรับผู้ป่วยจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงการถือหุ้นโรงพยาบาลที่มีศักยภาพการทำการเพื่อให้ได้สิทธิบริหาร (เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพซื้อหุ้นโรงพยาบาลเมืองราชและ Mayo Poly Clinic โรงพยาบาลบางปะกอกซื้อหุ้นโรงพยาบาลโสธรเวชและโรงพยาบาลปิยะเวท ส่วนโรงพยาบาลรามคำแหงซื้อหุ้นโรงพยาบาลราชธานี) อีกทั้งยังลงทุนหุ้นโรงพยาบาลที่กำไรดีเพื่อรับเงินปันผล (เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพถือหุ้นโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์) ตลอดจนเป็นพันธมิตรกับโรงพยาบาลอื่นทั้งในและนอกประเทศเพื่อรับ-ส่งต่อผู้ป่วย และเป็นพันธมิตรกับธุรกิจอื่นเพื่อเพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ นอกจากนี้ ยังมีการแตกไลน์ไปสู่ธุรกิจด้านสุขภาพ อาทิ ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เครื่องสำอาง คลินิกเสริมความงาม และศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ สำหรับโรงพยาบาลขนาดกลางและเล็กที่ไม่มีเครือข่ายสาขาต่างเร่งปรับตัวไปสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง และเน้นกลุ่มคนไข้ในประเทศที่ได้รับสวัสดิการด้านสุขภาพเพื่อเป็นหลักประกันด้านรายได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีการแข่งขันที่เข้มข้นเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ (The Bangkokpost, 2024)

ปี 2566 เป็นต้นมา ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจในประเทศที่ขยายตัวช้า ส่งผลให้ผู้มีรายได้ระดับกลางซึ่งเป็นลูกค้าหลักของโรงพยาบาลมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย สะท้อนจากจำนวนผู้ป่วยที่เข้ารับบริการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยลูกค้าบางส่วนมีการปรับลดค่าใช้จ่าย เช่น ซื้อยาเองหรือเลือกใช้สิทธิรักษาพยาบาลจากสถานพยาบาลของรัฐ รวมถึงคลินิกเอกชนที่มีค่ารักษาสูงกว่า ขณะที่บางกลุ่มชะลอการรักษาในกรณีโรคไม่เรื้อรังหรือไม่ร้ายแรง โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่จึงหันมาให้ความสำคัญกับการทำตลาดผู้ป่วยสิทธิประกันสุขภาพและประกันสังคมที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาและเสนอขายแพคเกจการรักษา ทำให้การแข่งขันของธุรกิจรุนแรงยิ่งขึ้น (Hfocus, 2024)

จากเหตุผลที่กล่าวมานั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย เพื่อทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้วัฒนธรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบนวัตกรรมการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ (Service Innovation)

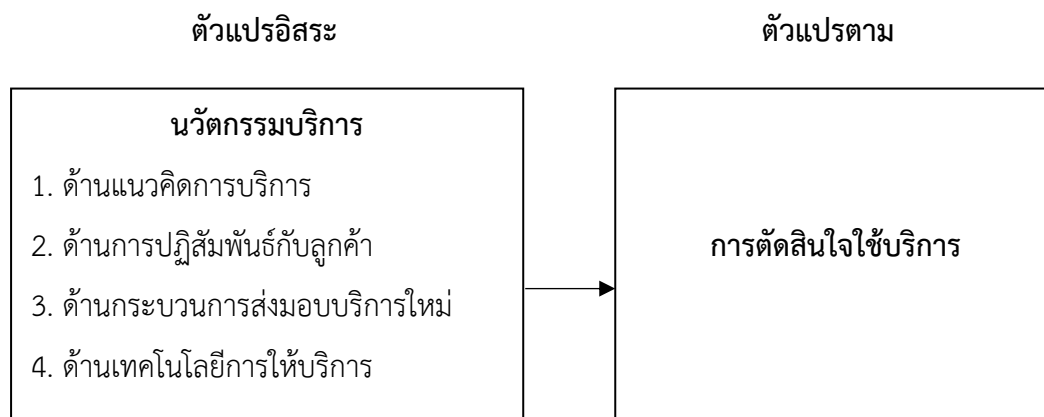
Den Hertog (2000) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมบริการว่าเป็นการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นวัตกรรมบริการจึงมุ่งเน้นไปที่การสร้างสรรควิธีการใหม่ๆ ในการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติหลัก ได้แก่ แนวคิดใหม่ กระบวนการใหม่ การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และเทคโนโลยีใหม่ ทั้ง 4 มิตินี้มีความสำคัญต่อการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจในหลากหลายด้าน เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า สถานะทางการเงิน และการพัฒนาองค์กร ในสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การนำนวัตกรรมบริการมาใช้จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากนวัตกรรมบริการเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

Ribeiro & Cherobim (2021) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition): ผู้บริโภคตระหนักว่าตนเองมีความต้องการ หรือขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไป ซึ่งอาจเกิดจากความต้องการภายใน (เช่น ความหิว) หรือภายนอก (เช่น การเห็นโฆษณา) 2) การค้นหาข้อมูล (Information Search): ผู้บริโภคจะเริ่มหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งอาจได้มาจากหลากหลายแหล่ง เช่น เพื่อน ญาติ สื่อโฆษณา หรืออินเทอร์เน็ต 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives): ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้มาจากการค้นหา มาเปรียบเทียบระหว่างตัวเลือกต่างๆ เพื่อหาตัวเลือกที่ตรงกับความต้องการของตนมากที่สุด 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision): เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการแล้ว ก็จะดำเนินการซื้อ และ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior): หลังจากซื้อไปแล้ว ผู้บริโภคจะประเมินผลว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นตรงตามความคาดหวังหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป

กรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยโดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีนวัตกรรมบริการของ Den Hertog (2000) และแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการของ Ribeiro & Cherobim (2021) มาประยุกต์ใช้ในกรอบแนวคิดงานวิจัยในครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



แผนภาพที่1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran ในปี ค.ศ. 1953 (Bhaskara & Filimonau, 2021) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คำนวณได้ 395 ตัวอย่าง แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แนวคิดนวัตกรรมบริการ และการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ความถี่ในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน
 - ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการการให้บริการในโรงพยาบาลเอกชน มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านแนวคิดการบริการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ และด้านเทคโนโลยีการให้บริการ
 - ตอนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ ซึ่งจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน เมษายน ถึง มิถุนายน 2567
5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงคงานวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบ พบว่า ค่า IOC เท่ากับ 0.78 และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการใช้วิธีการหาค่า

สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการตรวจสอบ พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.90 (Wanitbuncha, 2014) ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสมในการทำวิจัยครั้งนี้

6. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนตอนที่ 2 และ 3 ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise (Wanitbuncha, 2014)

7. จริยธรรมในการวิจัย งานวิจัยฉบับนี้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านระบบออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้แจ้งผู้ตอบแบบสอบถามให้ทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยสถานะความเท่าเทียมกันเพื่อให้ผู้ตอบคำถามจะสามารถให้ข้อมูลได้อย่างอิสระ ส่วนเนื้อหาบางส่วนที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจึงไม่เปิดเผยชื่อและชื่อสกุลของผู้ให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยยึดมั่นในหลักจริยธรรมการวิจัยและรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ

ผลการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 40 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001–50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.00 และการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 68.00 ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน 1 – 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 58.00 ใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.00 และใช้บริการในช่วง 8.00-11.00น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้นวัตกรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาเพื่อศึกษาระดับการรับรู้นวัตกรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากเกณฑ์ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึงระดับน้อยที่สุด 1.50-2.49 หมายถึงระดับน้อย 2.50-3.49 หมายถึงระดับปานกลาง 3.50-4.49 หมายถึงระดับมาก และ 4.50-5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด (Wanitbuncha, 2014) แสดงผลจากตารางที่ 1

ตารางที่ 1 นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการ	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านแนวความคิดการบริการ	4.03	0.512	มาก
2. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	4.14	0.741	มาก
3. ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่	3.11	0.654	ปานกลาง
4. ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ	3.45	0.582	ปานกลาง
รวม	3.68	0.622	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย มีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.68, S.D. = 0.622) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (Mean = 4.14, S.D. = 0.741) ด้านแนวความคิดการบริการ (Mean = 4.03, S.D. = 0.512) ด้านเทคโนโลยีการให้บริการมีความสำคัญปานกลาง (M = 3.45, S.D. = 0.582) ด้านที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่มีความสำคัญปานกลาง (M = 3.11, S.D. = 0.654) และ ตามลำดับ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อค้นหานวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบการเกิดสภาวะ Multicollinearity ก่อนการวิเคราะห์สถิติเชิงพหุคูณ (Wanitbuncha, 2014) โดยผู้วิจัยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ด้วยเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวที่เป็นตัวแปรที่วัดได้ในมาตราอันตรภาค (Interval scale) ใช้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment : PE) ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก) และมีค่าความสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 (ค่าสมบูรณ์) ทำให้ไม่เกิดสภาวะ Multicollinearity (Wanitbuncha, 2014) แสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการ	1	2	3	4
1. ด้านแนวความคิดการบริการ	1.000			
2. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	.701**	1.000		
3. ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่	.664**	.661**	1.000	
4. ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ	.653**	.711**	.599**	1.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1 = ด้านแนวความคิดการบริการ 2 = ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ 3 = ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ 4 = ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ

หลังจากการตรวจสอบไม่พบการเกิดสภาวะ Multicollinearity ผู้วิจัยจึงค้นหาวัดกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Stepwise แสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Stepwise

นวัตกรรมบริการ	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าความคลาดเคลื่อน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย	t	p-value
	การถดถอย	เคล' น	แบบปรับ		
	ไม่' ปรับ	มาตรฐาน	มาตรฐาน		
	มาตรฐาน	(S.E.)	(β)		
ค่าคงที่ (Constant)	1.166	0.135		4.221	.000**
1. ด้านแนวความคิดการบริการ	0.134	0.043	0.148	1.789	.083
2. ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ	0.094	0.078	0.542	0.483	.052
3. ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่	0.213	0.081	0.334	2.332	.008**
4. ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ	0.145	0.032	0.218	1.485	.004*

F = 26.401 P = 0.000* R square = 0.701 Adjust R square = 0.635

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ในเพื่อค้นหาวัดกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดที่นำเข้าสู่สมการถดถอย มีความสามารถในการอธิบายผลของการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านเทคโนโลยีการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ ($\beta = 0.213$) รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ ($\beta = 0.145$) และสามารถเขียนในรูปสมการพยากรณ์ได้ร้อยละ 70 ได้ดังนี้

นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย =

1.166+0.213กระบวนการส่งมอบบริการใหม่+

0.145ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ ($\beta = 0.213$) รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ ($\beta = 0.145$) สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปน้อย ได้แก่ ด้านแนวทางการบริการ รองลงมา คือ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการด้านเทคโนโลยีการให้บริการ และด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shortell et al (2024) กล่าวว่า ปัจจัยนวัตกรรมบริการ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ ด้านแนวทางการให้บริการ รองลงมา คือ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ และด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ

2. การวิเคราะห์นวัตกรรมการบริการที่มีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า ด้านแนวทางการให้บริการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ และด้านเทคโนโลยีการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheng & Chen (2021) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการมีผลต่อความสำเร็จในการใช้บริการเข้าพักโรงแรมบูติคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ของนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากสมการที่ได้จากการพยากรณ์ พบว่า 1) ด้านกระบวนการในการส่งมอบบริการใหม่ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ในเชิงบวก สอดคล้องกับ Kautish et al (2021) กล่าวว่า กิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำเสนอการให้บริการรูปแบบใหม่อยู่เสมออันส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ และ 2) ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ มีผลต่อการใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนในเชิงบวก สอดคล้องกับ Ribeiro & Cherobim (2021) กล่าวว่า ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการมีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลการศึกษาที่พบว่า นวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ รองลงมา ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีการให้บริการ นั้น ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการส่งมอบบริการใหม่ ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับระบบการให้บริการ และมีการพัฒนาวิธีการการให้บริการผู้ใช้บริการให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น แต่ยังคงมาตรฐานคุณภาพการให้บริการไว้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในคุณภาพการให้บริการ และมีการแสดงความพึงพอใจต่อการใช้บริการในการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2. นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยีการให้บริการ ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีการให้บริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ การนำเครื่องมือสมัยใหม่มาให้บริการ ดังนั้นโรงพยาบาลเอกชนควรที่จะพัฒนาหรือนำเครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาให้บริการเพื่อให้อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในประเภทอื่น เช่น ความสำเร็จต่อการใช้บริการโรงแรม เพื่อให้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไปในอนาคต
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารองค์กร และปัจจัยด้านการเรียนรู้ ที่มีผลต่อการสร้างนวัตกรรมบริการ เพื่อนำมาสร้างให้เกิดความสำเร็จในการใช้บริการของธุรกิจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Bhaskara, G.I., & Filimonau, V., (2021). The COVID-19 pandemic and organizational learning for disaster planning and management: A perspective of tourism businesses from a destination prone to consecutive disasters. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 364 - 375.
- Cheng, C.-C., Chang, Y.-Y., & Chen, C.-T. (2021). Construction of a service quality scale for the online food delivery industry. *International Journal of Hospitality Management*. *International Journal of Hospitality Management*. 95(4), 102938.
DOI:10.1016/j.ijhm.2021.102938
- Den Hertog, P. (2000). Knowledge-Intensive Business Services as Co-Producers of Innovation. *International Journal of Innovation Management*, 4, 491-528.
<https://doi.org/10.1142/S136391960000024X>
- Hfocous. (2024). *Private hospital situation*. Retrieved April 23, 2024 from:
<https://www.hfocous.org/topics>.
- Kautish, P., Paul, J., Sharma, R., (2021). The effect of assortment and fulfillment on shopping assistance and efficiency: An e-tail services cape perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59. Article 102393. DOI: 10.1016/j.jretconser.2020.102393
- Ribeiro, G., & Cherobim, A. P. M. S. (2021). Environment and innovation: Discrepancy between theory and research practice. 14(1), 30-40.
- Shortell, S.M., O'Brien, J.L., Carman, J.M., Foster, R.W., 2024. Assessing the impact of continuous quality improvement/total quality management: concept versus implementation. *Health Services Research*. 30(2): 377-401.
- The Bangkokpost. (2024). *The food delivery challenge*. Retrieved April 23, 2024 from
<https://www.bangkokpost.com/business/1965615/delivery-platforms-dig-in-for-war>.
- Wanitbuncha, K. (2014). *Structural equation modeling analysis by AMOS*. Chulalongkorn University Press.