

นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย Service Innovations Affecting the Business Success of Private Hospital in Thailand

อรดี บุญบุตร¹และ อำภาศรี พอค้า²
Allradee Bunboot¹and Ampasri Phoka²

Received : 5 ก.ค. 2563
Revised : 26 ต.ค. 2563
Accepted : 26 ต.ค. 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการและความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมบริการกับความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย จำนวน 181 แห่ง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอย แบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการอยู่ในระดับมาก และมีความสำเร็จของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก นวัตกรรมบริการที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านแนวคิดในด้านการบริการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านกระบวนการใหม่ ในการส่งมอบบริการ และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ ผลกระทบของนวัตกรรมบริการมีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารควรนำนวัตกรรมบริการมาใช้ในการบริหารจัดการโรงพยาบาล เพื่อให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจต่อธุรกิจ แล้วมาใช้บริการครั้งต่อไปและทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ : นวัตกรรมบริการ, ความสำเร็จของธุรกิจ, โรงพยาบาลเอกชน

Abstract

This research on service innovation affecting the success of the private hospital business in Thailand aimed 1) to study opinions on service innovations and success of private hospital businesses in Thailand and 2) to study the relationship and impact of service innovation on the success of the private hospital business in Thailand. Data were collected from 181 private hospitals in Thailand. The tools for data collection were questionnaires. Statistics used in this research were percentage, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results of the research showed that the private hospitals in Thailand had opinions on service innovation at a high level and had business success in overall at a high level. Service innovations were significantly associated with the success of the private hospital business in Thailand included service concept, customer interaction, new service-delivery process and new technology service. The impact of service innovation has a positive effect on the success of the private hospital business. Therefore, managers should adopt service innovations for hospital management. To make customers satisfied with the business and then come to use the service next time and make the business successful and sustainable in the future.

Keywords : Service innovation, Business success, Private hospital

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
อีเมล: oradebut.aon@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

¹ Master Student, Program in Entrepreneurship Management, Faculty of Business Administration, Kalasin University
Email: oradebut.aon@gmail.com

² Assistant Professor, Ph.D., Lecturer in Entrepreneurship Management Program, Faculty of Business Administration, Kalasin University

บทนำ

ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมด้านการรักษาสุขภาพมีให้เลือกทั้งบริการด้านการแพทย์ตามโรงพยาบาล สถานพยาบาล และสถานบริการต่าง ๆ ธุรกิจบริการสุขภาพในประเทศไทย มีแนวโน้มการแข่งขันทางการตลาดเพิ่มขึ้น พร้อมกับประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัยที่อายุ 60 ปี ซึ่งกรมกิจการผู้สูงอายุ (2562 : 2) ได้ให้ข้อมูลของจำนวนผู้สูงอายุ ไว้ดังนี้ คือ จำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ขึ้นไป มีจำนวนทั้งหมด 11,136,059 ราย แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 4,920,297 ราย และเพศหญิง จำนวน 6,215,762 ราย รวมทั้งปริมาณการเพิ่มขึ้นของโรคอุบัติใหม่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาธารณสุขในประเทศไทย ธุรกิจโรงพยาบาลเป็นธุรกิจที่มีรายได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องระหว่างปี พ.ศ. 2557-2560 เฉลี่ยร้อยละ 7.46 ต่อปี โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2560 มีรายได้รวม 200,938 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 คิดเป็นร้อยละ 8.91 ผู้ป่วยที่เข้ามารับการรักษาในโรงพยาบาล และสถานพยาบาลเอกชน ทั่วประเทศมีจำนวน 61.6 ล้านราย เป็นผู้รับบริการผู้ป่วยนอก 58.8 ล้านราย หรือร้อยละ 95.5 และเป็นผู้รับบริการผู้ป่วยใน 2.8 ล้านราย หรือร้อยละ 4.5 อีกทั้งยังมีผู้ป่วยชาวต่างประเทศที่เข้ามารับการบริการในโรงพยาบาล และสถานพยาบาลเอกชน มากถึง 4.2 ล้านราย ในจำนวนนี้เป็นผู้มารับบริการที่เป็นผู้ป่วยนอก ชาวต่างประเทศ ร้อยละ 95.6 และผู้มารับบริการเป็นผู้ป่วยใน ชาวต่างประเทศ ร้อยละ 4.4 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560 : 3) จากการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนต้องเร่งปรับตัว และเร่งพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในภูมิภาค และการเตรียมความพร้อมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยนั้น รวมถึงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2562 : 1-23) พบว่าโรงพยาบาลเอกชน มีจำนวนทั้งสิ้น 378 แห่ง ซึ่งทำให้การแข่งขันของธุรกิจบริการทางด้านสุขภาพของโรงพยาบาลมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น เพราะนอกจากคู่แข่งโดยตรงจากธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนด้วยกันเองแล้ว ยังต้องเผชิญกับคู่แข่งทางอ้อม ซึ่งโรงพยาบาลของรัฐบาลปัจจุบันมีจำนวนกว่า 975 แห่ง ทั่วประเทศ บางแห่งได้พัฒนาและปรับปรุงการบริการให้มีความสะดวกและมีคุณภาพมากขึ้น

จากเหตุการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นโรงพยาบาลเอกชนควรให้ความสำคัญกับแนวคิดทางด้านนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มากขึ้น ซึ่งนวัตกรรมบริการเป็นการนำเสนอคุณค่ารูปแบบใหม่ หรือการปรับปรุงการให้บริการแบบใหม่ ให้มีการบริการที่ดีขึ้น อีกทั้งยังมีประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ และเกิดผลสำเร็จของธุรกิจได้ นวัตกรรมบริการเป็นการสร้างความคิดสร้างสรรค์ ในการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการให้มีความทันสมัย หรือการสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย ซึ่งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยนวัตกรรมจะเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่ธุรกิจเพิ่มมากยิ่งขึ้น (Choosri, 2014 : 3-5) ความสำเร็จของธุรกิจ (Business Success) เป็นความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่มีการกำหนดไว้ มีความถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสม บริการที่มีประสิทธิภาพ ตอบสนองลูกค้าบนพื้นฐานการให้บริการ และสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสม ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของผลลัพธ์ ในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น มีการเพิ่มขึ้นของรายได้ มีกำไรเพิ่มขึ้น มีการเจริญเติบโตของธุรกิจ และการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงิน (พงษ์ศักดิ์ แก้วมีศรี, 2552 : 5) และ (พลุ เดชรินทร์, 2548 : 21-22) และทุกธุรกิจล้วนมุ่งหวังต่อความสำเร็จ และพบว่าปัจจัยสำคัญที่จะสร้างให้เกิดความสำเร็จ คือ การที่องค์กรมีนวัตกรรมที่ล้ำหน้ากว่าองค์กรอื่น ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ธุรกิจโรงพยาบาลจะต้องมีการนำนวัตกรรมบริการมาใช้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อธุรกิจแล้วมาใช้บริการครั้งต่อไป และทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนในอนาคต

จากเหตุผลที่กล่าวมานั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่านวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ โรงพยาบาลเอกชน เพื่อทราบถึงความคิดเห็น ความสัมพันธ์ และผลกระทบของนวัตกรรมบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร

วัตถุประสงค์

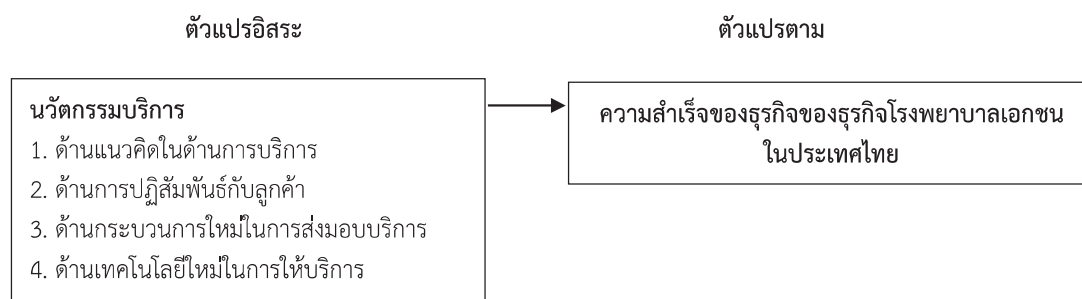
1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการและความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมบริการกับความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

ในประเทศไทย

กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีนวัตกรรมบริการ ของ Den Hertog (2010 : 491-528) และกรอบแนวคิดความสำเร็จของธุรกิจของพงษ์ศักดิ์ แก้วมีศรี (2552 : 5) และพสุ เดชรินทร์ (2548 : 21-22) มาประยุกต์ใช้เป็นนวัตกรรมบริการ ตัวแปรต้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านแนวคิดในด้านการบริการ 2) ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า 3) ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ 4) ด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย โดยแสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย 378 แห่ง จำนวน 378 คน (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2562 : 1-23)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ได้แก่ ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย จำนวน 378 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของกิจการ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ ประเภทของกิจการ ที่ตั้งของโรงพยาบาล จำนวนพนักงานปัจจุบัน ขนาดเตียง และเงินจดทะเบียน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของโรงพยาบาลเอกชน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านแนวคิดในด้านการบริการ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 1 ด้าน คือ ความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 378 ชุด (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2562 : 1-23) โดยแจกแบบสอบถามด้วยการส่งไปรษณีย์ ตั้งแต่วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2563 ถึงวันที่ 10 มีนาคม 2563 รวมระยะเวลาในการรวบรวม

30 วัน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามพร้อมตรวจทานความถูกต้องของข้อมูลให้แล้วเสร็จภายใน 20 มีนาคม 2563 พบว่าการตอบกลับ 181 ชุด คิดเป็นร้อยละ 47.88 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2001 : 65) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ และทำการตรวจสอบผลความน่าเชื่อถือและความสอดคล้องของข้อคำถามรายข้อของแบบสอบถาม คือ ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (บุญใจศรีสถิตนรากร, 2550 : 232-236) โดยงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.728-0.851

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 และ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

ตอนที่ 3 และ 4 ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย โดยใช้วิธีวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผล

1. การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

ตาราง 1 นวัตกรรมบริการและความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการ	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
นวัตกรรมบริการโดยรวม			
1. แนวคิดในด้านการบริการ	4.13	0.58	มาก
2. การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	4.07	0.53	มาก
3. กระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ	3.83	0.61	มาก
4. เทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ	3.87	0.66	มาก
โดยรวม	3.98	0.52	มาก
นวัตกรรมบริการด้านแนวคิดในด้านการบริการ (SVC)			
1. กิจกรรมมีการกระบวนการสร้างสรรค์แนวคิดการให้บริการแบบใหม่อยู่เสมอ	3.91	0.64	มาก
2. กิจกรรมมีการนำเทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัยมาใช้งาน เพื่อให้การบริการมีความถูกต้องและแม่นยำ	3.99	0.72	มาก
3. กิจกรรมมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ และนำไปปรับใช้ในการบริการอย่างต่อเนื่อง	4.33	0.72	มาก
4. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการเพิ่มการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น มีการสร้างเพจทาง Facebook Line เพื่อเพิ่มการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว	4.28	0.81	มาก
รวม	4.13	0.58	มาก

ตาราง 1 (ต่อ)

นวัตกรรมบริการ	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
นวัตกรรมด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (CTF)			
1. กิจกรรมให้ความสำคัญต่อการป้อนกลับข้อมูลระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.97	0.80	มาก
2. เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรี ให้การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม	4.36	0.67	มาก
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการและช่วยเหลือคนไข้รวดเร็วและถูกต้อง	4.20	0.64	มาก
4. เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้ป่วยได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และค้นหาง่าย	4.13	0.62	มาก
รวม	4.07	0.53	มาก
นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ (NSD)			
1. กิจกรรมมีช่องทางวิธีการรักษาผู้ป่วยหลากหลายช่องทาง ทั้งแบบช่องทาง เผชิญหน้าและช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์	3.68	1.03	มาก
2. กิจกรรมมีการพัฒนาวิธีการรักษาโรคด้วยวิทยาการสมัยใหม่อยู่เสมอ	3.87	0.78	มาก
3. กิจกรรมมีวิธีการรักษาที่แตกต่างและเหนือจากคู่แข่ง	3.65	0.76	มาก
4. กิจกรรมมีการพัฒนาบุคลากรด้านกระบวนการรักษาพยาบาลแบบใหม่ อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง	3.83	0.70	มาก
5. กิจกรรมมีระบบการรักษาและส่งต่อผู้ป่วยที่ถูกต้องแม่นยำ	4.12	0.61	มาก
รวม	3.83	0.61	มาก
นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ (TLO)			
1. กิจกรรมมีการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและมีมาตรฐาน ในการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง	4.08	0.69	มาก
2. กิจกรรมมีการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เข้ามาช่วย ในการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น การบันทึกข้อมูลด้านการแพทย์เฉพาะบุคคล ในฐานข้อมูลระบบโรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อง่ายต่อการรักษาและส่งต่อ	4.19	0.71	มาก
3. กิจกรรมมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อลดต้นทุนและแรงงาน เช่น เครื่องกักตุนโควิดโนมิติ เป็นต้น	3.34	1.04	ปานกลาง
รวม	3.87	0.66	มาก
ความสำเร็จของธุรกิจ (BSC)	μ	σ	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้	3.79	0.66	มาก
2. กิจกรรมมีการสร้างความมั่นใจในคุณภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าอยู่เสมอ	4.14	0.61	มาก
3. กิจกรรมมีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับผลการดำเนินการปีที่ผ่านมา	3.61	0.81	มาก
4. ลูกค้ามีการแสดงความพึงพอใจต่อการได้รับบริการ	3.92	0.64	มาก
5. กิจกรรมมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น	3.87	0.70	มาก
6. กิจกรรมสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้อย่างคงที่	3.92	0.70	มาก
รวม	3.87	0.21	มาก

จากตาราง 1 พบว่า โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านแนวคิดในด้านการบริการ ($\mu = 4.13$) รองลงมาด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ($\mu = 4.07$) และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ ($\mu = 3.87$) ตามลำดับ

โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดในด้านการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามความสำคัญตามค่าเฉลี่ยเรียง 3 ลำดับ จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมการรับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ และนำไปปรับใช้ในการบริการอย่างต่อเนื่อง ($\mu = 4.33$) กิจกรรมให้ความสำคัญกับการเพิ่มการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ($\mu = 4.28$) กิจกรรมการนำเทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัยมาใช้งาน เพื่อให้การบริการมีความถูกต้องและแม่นยำ ($\mu = 3.99$) ตามลำดับ

โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรี ให้การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม ($\mu = 4.36$) เจ้าหน้าที่ให้บริการและช่วยเหลือคนไข้รวดเร็วและถูกต้อง ($\mu = 4.20$) เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้ป่วยได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และค้นหาง่าย ($\mu = 4.13$) ตามลำดับ

โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามความสำคัญตามค่าเฉลี่ยเรียง 3 ลำดับ จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีระบบการรักษาและส่งต่อผู้ป่วยที่ถูกต้องแม่นยำ ($\mu = 4.12$) กิจกรรมมีการพัฒนาวิธีการรักษาโรคด้วยวิทยาการสมัยใหม่อยู่เสมอ ($\mu = 3.87$) กิจกรรมมีการพัฒนาบุคลากรด้านกระบวนการรักษาพยาบาลแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ($\mu = 3.83$) ตามลำดับ

โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับคะแนนจากมากไปน้อย ดังนี้ กิจกรรมมีการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการให้บริการแก่ลูกค้า ($\mu = 4.19$) กิจกรรมมีการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและมีมาตรฐานในการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง ($\mu = 4.08$) และมีระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ กิจกรรมการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อลดต้นทุนและแรงงาน ($\mu = 3.34$)

โรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยเรียง 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีการสร้างความมั่นใจในคุณภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าอยู่เสมอ ($\mu = 4.14$) กิจกรรมสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้อย่างคงที่ และลูกค้ามีการแสดงความพึงพอใจต่อการได้รับการบริการ ($\mu = 3.92$) และกิจกรรมมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น ($\mu = 3.87$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการกับความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ตาราง 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ตัวแปร	SVC	CTF	NSD	TLO	BSC	VIFs
SVC	-	0.777**	0.702**	0.600**	0.548**	2.972
CTF		-	0.692**	0.571**	0.511**	2.837
NSD			-	0.683**	0.583**	2.689
TLO				-	0.539**	1.990

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.990-2.972 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ถือว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสอดคล้องกับของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ นวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.511 - 0.583 ซึ่งมีระดับความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางทุกค่า (Hinkle, 1998 : 118) ได้แก่ ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ (NSD) $r = 0.583$ รองลงมา คือ ด้านแนวคิดในด้านการบริการ (SVC) $r = 0.548$ ด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ (TLO) $r = 0.539$ และด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (CIF) $r = 0.511$ ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์การถดถอยนวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

ตาราง 3 การวิเคราะห์การถดถอยนวัตกรรมการบริการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

นวัตกรรมบริการ	ความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย			t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย ไม่ปรับมาตรฐาน (B)	ค่าความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน (S.E.)	สัมประสิทธิ์การถดถอย แบบปรับมาตรฐาน (Beta)		
ค่าคงที่ (CONSTANT)	1.417	0.245		5.772	0.000**
1. ด้านแนวคิด ในด้านการบริการ (SVC)	0.170	0.091	0.188	1.875	0.062
2. ด้านการปฏิสัมพันธ์ กับลูกค้า (CTF)	0.061	0.097	0.62	0.629	0.530
3. ด้านกระบวนการใหม่ ในการส่งมอบบริการ (NSD)	0.228	0.080	0.266	2.797	0.006**
4. ด้านเทคโนโลยีใหม่ ในการให้บริการ (TLO)	0.164	0.065	0.209	2.546	0.012*
F = 29.700 P = 0.000 ^a Adjusted R ² = 0.389					

** มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดที่นำเข้ามาสมการความถดถอย มีความสามารถในการอธิบายผลความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย เท่ากับร้อยละ 38.90 นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่าตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย มากที่สุด คือ ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ (NSD) B=0.228 รองลงมา คือ ด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ (TLO) B=0.164

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย พบว่าโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านแนวคิดในด้านการให้บริการ รองลงมา คือ ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ แสดงว่าโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทยมีการรับฟังความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการ และนำไปปรับใช้ มีการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรี ให้การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม ให้บริการและช่วยเหลือคนไข้รวดเร็วถูกต้อง และมีการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการให้บริการแก่ลูกค้า มีการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและมีมาตรฐาน ในการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตรระวี ทองเลา (2561 : 130-135) กล่าวว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง

เห็นด้วยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการแนวใหม่ รองลงมาการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า กระบวนการส่งมอบบริการ และเทคโนโลยีการให้บริการ

2. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของธุรกิจ พบว่าโดยรวมและรายข้อ อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นใจในคุณภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าอยู่เสมอ และการแสดงความพึงพอใจต่อการได้รับบริการของลูกค้า อีกทั้งยังสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้อย่างคงที่และธุรกิจมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธิดิมา พลบวก, อารีรัตน์ ปานสุภวัชร และสันติภาพ สุขเอนกนันท์ (2560 : 34) กล่าวว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม เห็นด้วยกับการมีความสำเร็จขององค์กร ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านมาตรฐานและความเชื่อถือได้ และด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก เนื่องด้วยความสำเร็จขององค์กร คือ สิ่ง que แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่าง ๆ ไปจนถึงผลการดำเนินงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมบริการที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย

3.1 ผลการวิเคราะห์ พบว่านวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอภิปราย รายละเอียดดังนี้

1) ด้านแนวคิดในด้านการบริการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.548$) โดยพบว่า กิจกรรมการรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและนำไปปรับใช้ มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า เช่น มีการสร้างเพจบน Facebook หรือ Line เพื่อการติดต่อและสื่อสารกับลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วทั้งยังมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อความสะดวกและแม่นยำ และมีกระบวนการสร้างสรรค์แนวคิดการให้บริการแบบใหม่อยู่เสมอซึ่งสอดคล้องกับปรัชญา ศริมณี และนันทนา อุณเจริญ (2563 : 164) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในการนำเสนอสินค้าและบริการโรงแรม คือ ธุรกิจมีเว็บไซต์หรือแฟนเพจให้ข้อมูลข่าวสารของธุรกิจ เพื่อเพิ่มความสะดวกด้านข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตให้ลูกค้า ธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องการชำระเงินออนไลน์ หรือการควบคุมการทำงานของอุปกรณ์ต่าง ๆ ธุรกิจมีการนำเสนอบริการใหม่ ๆ กับลูกค้า ผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น การค้นหาผ่าน Search Engine สอดคล้องกับดาริกา บุญแสน, อนิรุทธิ์ ผงคลี และอำภาศรี พอด้า (2559 : 121) กล่าวว่า การสื่อสารประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับบุษบา ทรัพย์รัตน์ และแคลิยา ชาญวิ้ง (2559 : 76) กล่าวว่า ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน เนื่องด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เป็นการสร้างความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การที่ธุรกิจสามารถทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจได้ จะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงมีการรักดีต่อสินค้าหรือบริการก่อให้เกิดผลกำไรในระยะยาวได้

2) ด้านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.511$) โดยพบว่า เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยไมตรี ให้การต้อนรับด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม ให้บริการและช่วยเหลือคนไข้รวดเร็วและบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับผู้ป่วยได้อย่างถูกต้อง แม่นยำและค้นหาง่าย ซึ่งสอดคล้องกับมนัสนันท์ รักษายศสกุล (2560 : 1-83) กล่าวว่า การบริการลูกค้าสัมพันธ์มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อ คือ การได้รับคำแนะนำ หรือความช่วยเหลือเมื่อลูกค้าต้องการได้ตลอดเวลา ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน และเพียงพอเมื่อลูกค้าต้องการข้อมูลสินค้า/บริการ มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้สินค้า/บริการ ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกเป็นลูกค้าคนสำคัญ สอดคล้องกับจิตราภรณ์ คันทะภูมิ, ธีรพรรณ อิงภากรณ์ และอนิรุทธิ์ ผงคลี (2559 : 129) กล่าวว่า กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินงาน เนื่องจากการบริการลูกค้าถือเป็นงานที่ไม่มีวันสิ้นสุด ลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จึงเกิดการปรับปรุงบริการที่ดียิ่งขึ้นเสมอ ผู้บริหารควรตระหนักไว้ว่าเมื่อมีโอกาสสื่อสารกับลูกค้าควรสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้นเสมอ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งจะช่วยให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีต่อธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับพัฒน์ภูมิ แสนศักดิ์, ธีรา เอร่าวัน และอำภาศรี พอด้า (2559 : 109) กล่าวว่า กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ด้านจิตสำนึกในการบริการ มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงาน พนักงานมีหน้าที่ให้บริการลูกค้า จำเป็นจะต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และเสียสละ อุทิศตนในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ จะส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดี และมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3) ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.583$) โดยพบว่า กิจกรรมมีระบบการรักษาและส่งต่อผู้ป่วยที่ถูกต้องแม่นยำ มีการพัฒนาวิธีการรักษาโรคด้วยวิทยาการสมัยใหม่อยู่เสมอ มีการพัฒนาบุคลากรด้านกระบวนการรักษาพยาบาลบริการแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับจิตระวี ทองเถา (2561 : 130-135) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ ในด้านความพึงพอใจของลูกค้า คือ ด้านกระบวนการส่งมอบบริการแนวใหม่ มีขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันทั่วถึง จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น สอดคล้องกับอริสันภัส เกิดสิน และแคลเลียา ซาปะวัง (2559 : 45) กล่าวว่า การมุ่งเน้นการรักษามาตรฐานในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน เนื่องจากธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า สอดคล้องกับดวงหทัย ใจภักดิ์, จรรย์ สาวีถิ และณิรัตน์ วงษ์ขันธ์ (2561 : 151) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จองค์กร กระบวนการพัฒนาบุคคลเป็นกระบวนการพัฒนามนุษย์ให้มีความสามารถและมีทักษะความชำนาญด้านเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ดีอย่างมีคุณภาพ

4) ด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.539$) โดยพบว่า กิจกรรมมีการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการให้บริการแก่ลูกค้ามีการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและมีมาตรฐานในการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อลดต้นทุนและแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับลิ้มชัย อุทการ (2561 : 86) กล่าวว่าเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร ปัจจุบันเทคโนโลยีได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อนำไปเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและลดต้นทุนการทำงานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับนันทวัฒน์ ธนสัจจวัฒน์, สุมิตรา จิระวุฒินันท์ และพีรวัฒน์ ไชยล้อม (2562 : 165) กล่าวว่า เทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร การให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ว่าเป็นมาตรฐานที่ใช้ร่วมกับการบริการ จะช่วยให้องค์กรลดขั้นตอนการทำงาน มีการให้บริการที่รวดเร็วขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้งต่อไป ส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับชัยนันท์ จงเจริญชัยสกุล (2559 : 147-148) กล่าวว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมบริการ ด้านความสามารถการบูรณาการเทคโนโลยีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน คือ การผสมผสานเทคโนโลยีทั้งภายในและภายนอกองค์กร มาเชื่อมโยงเทคโนโลยีเข้าการให้บริการเข้าด้วยกัน เพื่อเชื่อมโยงระบบการทำงานขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

3.2 ผลกระทบของนวัตกรรมบริการกับความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย ที่เป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน (B)

$$BSC = 1.417 + 0.228(NSD) + 0.164(TLO)$$

จากสมการพยากรณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การถดถอย สามารถอภิปรายผลการศึกษา นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย พบว่า

1) ด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ (NSD) มีผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจเชิงบวก เนื่องจากกิจกรรมมีระบบการรักษาและส่งต่อผู้ป่วยที่ถูกต้องแม่นยำ มีการพัฒนาวิธีการรักษาโรคด้วยวิทยาการสมัยใหม่อยู่เสมอ มีการพัฒนาบุคลากรด้านกระบวนการรักษาพยาบาลแบบใหม่อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ สอดคล้องกับวชิราภรณ์ อุณพิกุล, แคลเลียา ซาปะวัง และสุมิตรา จิระวุฒินันท์ (2559 : 52) กล่าวว่า กิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริการลูกค้าอยู่เสมอ มีการนำเสนอเกี่ยวกับการบริการรูปแบบใหม่อยู่เสมอ อันจะส่งผลที่ดีต่อการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายได้ และสอดคล้องกับธนภุต เงินอินตะ, ประทานพร จันทรอินทร์ และแคลเลียา ซาปะวัง (2563 : 33) กล่าวว่า การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรมีการดำเนินงานที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับฟ้าใหม่ ท่อทรัพย์ และธีรา เอราวัฒน์ (2563 : 188) กล่าวว่ากลยุทธ์การจัดการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน แผนการบริการลูกค้ามีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านการสร้างคุณภาพของงานบริการ มีการปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอ มีการอบรม ฝึกทักษะการบริการ เพื่อพัฒนาความก้าวหน้าขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ (TLO) มีผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจเชิงบวก เนื่องจากกิจกรรมมีการใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการให้บริการแก่ลูกค้ามีการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและมีมาตรฐานในการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อลดต้นทุนและแรงงาน สอดคล้องกับ

ศทามาศ เหยี่ยมสมบัติ, นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และสุธีรา พ่วงพรพิทักษ์ (2561 : 175) กล่าวว่า ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการมีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร สอดคล้องกับชลธิชา อินอุ้นโชติ, จินดารัตน์ ปิรมณี และคมกริช วงศ์แซ (2560 : 95) กล่าวว่า การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมมีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจ และสอดคล้องกับซัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2559 : 23) กล่าวว่า หลายองค์กรประสบความสำเร็จและสามารถอยู่รอดได้ เพราะการสร้างนวัตกรรม การที่องค์กรรวบรวมความรู้ทางเทคโนโลยี และประสบการณ์ต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ และมีการนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ในสินค้าและบริการ รวมถึงการส่งมอบบริการให้ถึงมือลูกค้า ไม่เพียงแต่จะส่งผลดีต่อองค์กรเท่านั้น แต่ยังทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเติบโตตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากการศึกษาวัฒนธรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะวัฒนธรรมบริการที่ควรให้ความสำคัญ ได้แก่

1.1 นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการใหม่ในการส่งมอบบริการ โดยกิจการควรให้ความสำคัญแก่ระบบการรักษาและส่งต่อผู้ป่วยที่ถูกต้อง อีกทั้งควรมีการพัฒนาวิธีการรักษาโรคด้วยวิทยาการสมัยใหม่อยู่เสมอ และกิจการจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรด้านกระบวนการรักษาพยาบาลแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพในการให้บริการ และการมีการแสดงความพึงพอใจต่อการได้รับการบริการ อีกทั้งยังสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้อย่างคงที่ และธุรกิจมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น

1.2 นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยีใหม่ในการให้บริการ โดยกิจการควรตระหนักถึงการนำเครื่องมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้าและควรมีการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย มีมาตรฐานในการวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง และควรให้ความสำคัญด้านการลดต้นทุนและแรงงานโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ทดแทนเพื่อลดรายจ่ายในด้านค่าแรงของพนักงาน จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ จะช่วยให้กิจการรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้ และมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นอันจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จกับกลุ่มเป้าหมายอื่น เช่น ความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจให้สำเร็จในอนาคตข้างหน้า

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารองค์กร ปัจจัยด้านการเรียนรู้ ปัจจัยด้านภาวะการเป็นผู้นำ ที่มีผลต่อการสร้างวัฒนธรรมบริการเพื่อนำมาสร้างให้เกิดนวัตกรรมใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *สถิติผู้สูงอายุ*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562, จาก <http://www.dop.go.th>
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2562). *สำนักงานสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2562, จาก <https://mrd-hss.moph.go.th>
- จิตรระวี ทองเถา. (2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 7, 130-135.
- จิตรารัตน์ คันทะภูมิ, อธิพรพรณ อึ้งภากรณ์ และอนันท์ ผงคสี. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจให้บริการความงามในไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 8(1), 129.
- ชลธิชา อินอุ้นโชติ, จินดารัตน์ ปิรมณี และคมกริช วงศ์แซ (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่กับความสำเร็จของธุรกิจในโรงแรมประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(4), 95.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2559). *นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจบริการ*.
- ดุชนิพนธ์ ปรัชญาดุชนิพนธ์ิต สาขาวิชาการจัดการ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยนันท์ จงเจริญชัยสกุล. (2561). ความสามารถทางนวัตกรรมบริการ : ข้อพิสูจน์เชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมบูติคในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(1), 147-148.

- ดวงหทัย ใจภักดี, จรวย สาวีถี และมนิรัตน์ วงษ์ขี้ม. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(1), 151.
- ดาริกา บุญแสน, อนิรุทธิ์ ผงคลี และอำภาศรี พ่อคำ. (2559). ผลกระทบของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินงานของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 8(4), 121.
- ธนภฤต เงินอินตะ, ประทานพร จันทรอินทร์ และแคทลียา ชาปะวัง (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 33.
- อติมา พลพวง, อาริรัตน์ ปานศุภวัชร และสันติภาพ สุขเอนกนันท์ (2560). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(2), 34.
- ธวัณภัส เกิดสิน และแคทลียา ชาปะวัง. (2559). ผลกระทบของนวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 8(3), 45.
- นันทวัฒน์ ธนสังข์วัฒน์, สุมิตรา จิระวุฒินันท์ และพิรวัฒน์ ไชยล้อม. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(2), 165.
- บุษบา ทรัพย์รัตน์ และแคทลียา ชาปะวัง. (2559). ผลกระทบของศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 8(3), 76.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไอ อินเตอร์ มีเดีย.
- ปฐมพร ศรีมณี และนันทนา อุณเจริญ (2563). นวัตกรรมบริการมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรมบูติกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 14(1), 164.
- พัฒนภูมิ แสงศักดิ์, ธีรา เอร่าวัน และอำภาศรี พ่อคำ. (2559 : 109). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 8(4), 109.
- พงษ์ศักดิ์ แก้วมีสี. (2552). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). *ความสำเร็จขององค์กร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฟ้าใหม่ ห่อทรัพย์ และธีรา เอร่าวัน. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(1), 188.
- มนัสนันท์ รักษายศสกุล. (2560). *ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค*. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ลิมชัย อุทการ. (2561). ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(2), 86.
- วชิราภรณ์ อุณพิกุล, แคทลียา ชาปะวัง และสุมิตรา จิระวุฒินันท์ (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดเชิงรับที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 8(4), 52.
- ศทามาศ เหยี่ยมสมบัติ, นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และสุธีรา พ่วงพรพิทักษ์. (2561 : 175). ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(2), 175.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *การสำรวจโรงพยาบาลเอกชน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/social/health/>
- Aaker, D.A., Kumar, V. and Day, G.S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Son.
- Choosri, A. (2014). *The Service Innovation, Corporate Social Responsibility, and Word-of-Mouth Marketing Affecting Decision to Use the Private Hospital's Inpatient Ward (IPD) in Bangkok*. Independence Study of Business. Administration. Bangkok: Bangkok University.
- Den Hertog, P. (2010). Knowledge-intensive business services as co-producers of innovation. *International Journal of Innovation Management*, 4(4), 491-528.
- Hair, J.F., Black, Jr., Babin, W.C. and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.
- Hinkle, D.E. (1998). *Applied Statistics for the Behavioral Sciences*. Boston: Houghton Mifflin.