

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นตัวแทนของโรงพยาบาลเอกชน ที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงพยาบาลเอกชน ปี พ.ศ. 2557 โรงพยาบาลละ 1 คน รวมเป็นจำนวน 207 คน โดยผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นตัวแทนของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก (10 – 100 เตียง) ได้ 101 คน จากทั้งหมด 106 คน คิดเป็นร้อยละ 95.28 และเก็บข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นตัวแทนของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ (101 – 250 เตียง และมากกว่า 250 เตียง) ได้ 100 คน จาก 101 คน คิดเป็นร้อยละ 99.00

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ของความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นตัวแทนของโรงพยาบาลเอกชนที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงพยาบาลเอกชน ปี พ.ศ. 2557 โรงพยาบาลละ 1 คน รวมเป็นจำนวน 207 คน การทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามใช้วิธีการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบตามเทคนิค Item Objective Congruent (IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 0.95 และหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีหา Alpha Coefficient ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) รวมทุกด้าน เท่ากับ 0.932 และแบบสัมภาษณ์ โดยตรวจสอบคุณภาพแบบสามเส้า (Triangulation) (กัลยา วาณิชขันธ์, 2557)

การวิจัยเชิงปริมาณใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ได้แก่ 1) การแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าส่วน-เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายการสำรวจสถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) การวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สถิติที่ใช้ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงสาเหตุ เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis) หาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปร 3) การค้นหารูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สถิติที่ใช้ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้ขององค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ ในโมเดลการวัด (Measurement model) ของตัวแปรสังเกตได้ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ จากน้ำหนัก

องค์ประกอบ (Factor Loading) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ส่วนการสัมภาษณ์ใช้คำถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานการณ์ของธุรกิจบริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต และคำถามเกี่ยวกับการแข่งขันในอุตสาหกรรมสุขภาพ คู่แข่งขันรายใหม่ การบริการทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ใช้บริการ และอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สรุปผลการวิจัยแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลของการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ข้อความความคิดเห็นด้านสถานการณ์ของธุรกิจบริการโรงพยาบาลเอกชนโดยรวม การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจบริการโรงพยาบาลเอกชน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ 5 พลัง และผลการสัมภาษณ์ พบว่า จากการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจบริการโรงพยาบาลเอกชนมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดด้วยการบริหารต้นทุนและเพิ่มรายได้ให้มากขึ้น และมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปสู่การสร้างเครือข่าย การรวมกลุ่มและการขยายตลาดไปยังต่างจังหวัดมากขึ้น ในขณะที่กระแสการดูแลสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนที่จะมุ่งตอบสนองความต้องการของการดูแลสุขภาพที่มากกว่าแค่การรักษาโรค อีกทั้งยังมีการสร้างจุดเด่นเพื่อขยายตลาดให้กว้างกว่าเฉพาะกลุ่มผู้อาศัยในพื้นที่ใกล้เคียง การสร้างระบบเครือข่ายของโรงพยาบาลเอกชนจะทำให้เกิดอำนาจการต่อรอง การสร้างความได้เปรียบจากการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์จำนวนมาก จึงทำให้โรงพยาบาลเอกชนพยายามที่จะรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองนั่นเอง เพราะจากการแข่งขันอย่างรุนแรง การลดต้นทุนจะช่วยสร้างข้อได้เปรียบได้มาก ในขณะที่ต้นทุนด้านบุคลากร โดยเฉพาะแพทย์ พยาบาล และค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีจะมีลักษณะปรับลดได้ยาก และมีแนวโน้มมีราคาที่สูงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การบริหารต้นทุนด้านยาและเวชภัณฑ์ดูเหมือนจะเป็นด้านที่ทำได้เร็วกว่าด้านอื่น ๆ และเห็นผลได้ชัดเจนกว่า จากการรวมกลุ่มของโรงพยาบาลเอกชนที่พยายามสร้างเครือข่ายและรวมกลุ่มกันจะทำให้มีข้อได้เปรียบในการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ได้ด้วยราคาต่ำกว่า เนื่องจากมีอำนาจการต่อรองในการซื้อครั้งปริมาณมาก ๆ ส่วนแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงจากการรักษาไปสู่การดูแลสุขภาพแทนมากขึ้น ที่ส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญมากขึ้นนอกเหนือจากการรักษาอาการป่วย รวมถึงการสร้างจุดเด่นในด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะขยายตลาดจากที่จะจำกัดอยู่เฉพาะผู้ที่อาศัยในพื้นที่ การกำหนดกล

ยุทธศาสตร์การตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในปัจจุบันพบว่า โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่มีแนวโน้มขยายไปตามต่างจังหวัดมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีจำนวนและกำลังซื้อมากขึ้น ในขณะที่ตลาดในกรุงเทพมหานครอาจจะขยายตัวได้ยากจากการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการบริหารงานโดยใช้ปัจจัยด้านคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดมาเป็นปัจจัยหลักในการบริหารโรงพยาบาลเอกชนที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนให้ดียิ่งขึ้น

แนวโน้มโรงพยาบาลเอกชน ปี พ.ศ. 2558 นี้ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คาดว่าโรงพยาบาลเอกชนน่าจะเติบโตดีขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2557 จากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เป็นบวกมากขึ้น เช่น สถานการณ์ทางการเมืองที่เริ่มสงบมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2558 ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนมีกำไรสุทธิทั้งสิ้น 4,627 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.22 (กระทรวงสาธารณสุข, 2558) เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา อาจจะเป็นเพราะมีปัจจัยหนุนสำคัญที่น่าจะเป็นแรงหนุนต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่ปรับตัวดีขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและกำลังซื้อให้ปรับตัวดีขึ้น และการฟื้นตัวของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยอันเป็นผลจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทย ในช่วง 3 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวจีนมีเพิ่มขึ้นถึง 7.6 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.8

การเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้โรงพยาบาลเอกชนต้องปรับตัวเพื่ออยู่รอด โดยเฉพาะการแข่งขันในประเทศ ที่ต้องการดึงทั้งคนไทยและชาวชาติมาใช้บริการ ดังนั้นโรงพยาบาลเอกชนจึงต้องมีการพัฒนาตัวเองเพื่อการแข่งขันมากขึ้น เช่น การเพิ่มการให้บริการคลินิกพิเศษในช่วงหลังเวลาทำงานปกติ การลดราคาค่าห้องพัก การจัดแพ็คเกจรักษาในการราคาประหยัด หรือแบบเหมาจ่ายในราคาพิเศษ รวมถึงการสร้างธุรกิจในรูปแบบของเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ โดยผ่านการซื้อหรือการควบรวมกิจการ เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน การลดค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อน และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการแข่งขันระหว่างประเทศ เพื่อดึงชาวต่างชาติ ที่ปัจจุบันมีหลายประเทศมีนโยบายสร้างรายได้ ด้วยการให้การสนับสนุนธุรกิจบริการสุขภาพให้บริการรักษาพยาบาลชาวต่างชาติ โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนของประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ฮองกง มาเลเซีย อินเดีย และไทย ซึ่งต่างก็มุ่งไปที่คนไข้ชาวยุโรป และเอเชีย โดยเฉพาะกลุ่มคนป่วยชาวญี่ปุ่น อาเซียน และกลุ่มตะวันออกกลาง แต่จากที่ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบจากค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าประเทศคู่แข่งอย่างสิงคโปร์ และประเทศอื่น ๆ แต่ประเทศไทยก็ยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ โดยเฉพาะเรื่องจำนวนบุคลากรทางการแพทย์ที่ประเทศไทยมีจำนวนจำกัด ดังนั้นโรงพยาบาลเอกชนในความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำ

ไว้ว่า โรงพยาบาลเอกชนควรสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการวางตำแหน่งทางการตลาดของยี่ห้อ หรือภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลตนเองให้ชัด โดดเด่น เป็นที่รู้จักในนามโรงพยาบาลที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคต่าง ๆ หรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น ด้านศัลยกรรมความงาม โรคผิวหนัง โรคหัวใจ โรคมะเร็ง เป็นต้น มีการใช้กลยุทธ์การเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน หรือการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation marketing) ด้วยการทำการตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมาย ให้เลือกวิธีการดำเนินชีวิตของลูกค้ามากขึ้น จากที่เคยเน้นแต่จุดขายบริการทางการแพทย์เท่านั้น มีการใช้บริการส่งต่อ หรือการส่งต่อบริการทางการแพทย์ที่มีการทำสัญญากับบริษัทประกันในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วที่จะต้องลดต้นทุนตัวเองลง อาจจะส่งผู้ป่วยที่ประกันตนกับบริษัทไปรักษาพยาบาลไปยังโรงพยาบาลเอกชนในต่างประเทศที่มีค่ารักษาที่ต่ำกว่า เช่น การส่งตัวผู้ป่วยผ่านประกันภัยจากต่างประเทศมารักษาตัวที่ประเทศไทย ทำการขยายตลาดในต่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้น ด้วยการเปิดโรงพยาบาลเอกชนแบบสำนักงานตัวแทนขึ้นในประเทศเป้าหมาย หรือการออกไปจัดกิจกรรมทางการตลาดเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยที่มีศักยภาพ ควรนำจุดแข็งของโรงพยาบาลเอกชนของประเทศไทยดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติ เช่น การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาลที่ถูกลงกว่าประเทศอื่น และควรเพิ่มการให้บริการแบบครบวงจร เช่น การจัดการผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการแพทย์ที่มีความหลากหลาย และเน้นความเชี่ยวชาญของแพทย์เป็นสำคัญ หรืออาจจะให้บริการเสริมอื่น ๆ เช่น การดูแลด้านความงาม และสปาที่ควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพ เป็นต้น

ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นไว้ว่า โรงพยาบาลเอกชนในปี พ.ศ. 2558 นี้ น่าจะมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นกว่า ปี พ.ศ. 2557 โดยมีแรงหนุนจากปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน แต่ต้องให้ระวังเรื่องปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น สถานการณ์การเมืองที่ยังไม่แน่นอน ดังนั้น โรงพยาบาลเอกชนที่ต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างมีเสถียรภาพนั้น อาจจะต้องสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ และหันมาทำการตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมายโดยเลือกลักษณะการใช้ชีวิตของลูกค้าเป็นสำคัญ และนำปัจจัยสำคัญที่ได้จากการวิจัยมากำหนดกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการบริหารงาน ในด้านการสร้างคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาดทั้งด้านลูกค้าและคู่แข่ง และมีการทำการวิจัยคิดค้นนวัตกรรมทางการตลาดตลอดเวลา ที่จะทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนดียิ่งขึ้นตลอดไป ส่วนการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ธุรกิจบริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยนั้น ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจบริการโรงพยาบาลเอกชนไว้ คือ จุดแข็ง (Strength) ของโรงพยาบาลเอกชน ควรจะประกอบไปด้วยการมีแพทย์เฉพาะทางที่มีความชำนาญในระดับนานาชาติในทุกสาขา มีศูนย์มะเร็งและศูนย์ศัลยกรรมตกแต่งที่มีชื่อเสียงในระดับต้น ๆ

ของโลก มีระบบสารสนเทศและเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย เทียบเท่ากับโรงพยาบาลชั้นนำในต่างประเทศ มีระบบจัดการเงินทุนหมุนเวียนเป็นไปอย่างมีระบบและมีสภาพคล่องตามแนวทางการจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) มีบุคลากรทุกระดับมีการบริการที่มีมาตรฐานสูงบนพื้นฐาน Service mind บุคลากรส่วนใหญ่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ควรมีอัตราการลาออกของบุคลากรต่ำ นั่นหมายถึง บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อโรงพยาบาลเอกชน โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่มีฝ่ายการตลาดที่เข้มแข็ง และมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ส่วนจุดอ่อน (Weakness) ของโรงพยาบาลเอกชน ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นไว้ ได้แก่ การที่มีค่าใช้จ่ายสูงเกี่ยวกับ เงินเดือน และสวัสดิการของบุคลากร มีต้นทุนการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนสูงกว่าโรงพยาบาลรัฐบาล มีภาพลักษณ์ที่เป็น โรงพยาบาลสำหรับรักษาคนมีฐานะ และชาวต่างชาติ มีอัตราค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลแพง โรงพยาบาลเอกชนไม่สามารถบริการผู้ป่วยได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้น้อย มีบุคลากรทางการแพทย์ไม่เพียงพอ ส่วนโอกาส (Opportunities) ของโรงพยาบาลเอกชน นั้น ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพแห่งเอเชีย (Medical Hub) และในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยจะเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น อีกทั้งประเทศไทยมีภาพลักษณ์ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และชาวต่างชาติดูมองว่าประเทศไทยเป็น Land of smile ที่ทำให้ชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจ ส่วนราคาค่ารักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีราคาถูกกว่าถ้าเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลในต่างประเทศ แต่ประสิทธิภาพการรักษาพยาบาลเท่าเทียมกัน ไม่แตกต่างกัน มีระบบประกันสุขภาพในต่างประเทศไม่ครอบคลุมการรักษาหลายโรค ที่เอื้ออำนวยต่อการบริการสุขภาพของไทย เช่น การผ่าตัดตา ทันตกรรม และศัลยกรรม ซึ่งในต่างประเทศจะมีค่ารักษาที่แพงมาก ทำให้ต้องแสวงหาโรงพยาบาลที่ราคาถูกกว่าแต่คุณภาพเท่าเทียมกัน ในปัจจุบันทั่วโลกมีผู้ที่เป็นโรคร้ายแรงเพิ่มมากขึ้น เช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคเรื้อรังอื่นๆ เป็นต้น การเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา ส่วนอุปสรรค (Threasts) ของโรงพยาบาลเอกชนนั้น ได้แก่ การเมืองในประเทศไทยไม่มั่นคง ทำให้ประชาชนออมเงินไว้ ไม่ใช่จ่ายถ้าไม่จำเป็นหรือถ้าเจ็บป่วยก็จะไปโรงพยาบาลที่ให้บริการสุขภาพราคาถูก เช่น โรงพยาบาลรัฐบาล สถานการณ์การเมืองไม่สงบ มีประท้วงอยู่บ่อยครั้ง ทำให้ชาวต่างประเทศเกิดความไม่ไว้วางใจ และเดินทางมาทำธุรกิจ ท่องเที่ยว และมารักษาโรคลดน้อยลง โรงพยาบาลคู่แข่งขันมีการกำหนดแผนทางการตลาดที่คล้ายกัน มีการทำลายระบบการค้ามนุษย์ระหว่างประเทศ ทำให้ผู้อยู่ในกระบวนการค้ามนุษย์เกิดความโกรธแค้น และทำการวางระเบิดในกรุงเทพมหานคร

ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดด้วยเครื่องมือ 5 พลัง นั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันระดับปานกลาง จากความยากง่ายของผู้ที่จะเข้ามาเป็นคู่แข่งรายใหม่ (Entry Barrier) ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเป็นธุรกิจที่มีการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่ค่อนข้างยาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่จะต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง (Capital Incentive) รวมถึงปัญหาการจัดหาบุคลากรให้เพียงพอที่จะให้บริการ โดยเฉพาะบุคลากรด้านการแพทย์ที่มีอยู่จำนวนจำกัด โดยเฉพาะแพทย์ที่มีคุณภาพและแพทย์เฉพาะทาง ส่วนสินค้าทดแทน (Substitute Product) ปัจจุบัน โรงพยาบาลเอกชนเริ่มมีการพัฒนาตัวเองเพื่อให้สามารถแข่งได้กับโรงพยาบาลอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การมีคลินิกพิเศษให้บริการในช่วงหลังเวลาทำงานปกติ อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบคุณภาพของการให้บริการระหว่างโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐ การให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนยังคงมีความคล่องตัวและรักษาระดับคุณภาพของการให้บริการที่ดีกว่า นอกจากนี้ สินค้าทดแทนประเภทอื่น ได้แก่ คลินิกทั่วไป คลินิกเฉพาะทาง ร้านขายยา คลินิกขนาดเล็ก อาจจะส่งผลกับ โรงพยาบาลเอกชนเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับกลางถึงระดับล่างเท่านั้น และอำนาจต่อรองของผู้ใช้บริการ (Power of Buyer) จากภาวะเศรษฐกิจที่ทรงตัวหรือที่อยู่ในช่วงเศรษฐกิจถดถอยจะทำให้อำนาจในการใช้จ่ายของผู้ใช้บริการทั่วไปลดน้อยลง ดังนั้นจึงทำให้ผู้ให้บริการบางส่วนหันไปใช้บริการของโรงพยาบาลรัฐ โครงการประกันสังคม และโครงการหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ดังนั้นการแข่งขันระหว่างโรงพยาบาลเอกชนจะมีภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น หลายแห่งมีการปรับเทคนิค การปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น การรวมตัวกันเป็นกลุ่มพยายาบาลขนาดใหญ่ เพื่อลดต้นทุนของเครื่องมือ และลดอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อลง ส่วนอำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Power of Supplier) อำนาจการต่อรองของผู้ขายในอุตสาหกรรมโรงพยาบาลเอกชนค่อนข้างต่ำ เนื่องจากผู้ผลิตยาและเวชภัณฑ์มีจำนวนมากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ผลิตเหล่านี้มักจะเป็นผู้นำเสนอสินค้าต่อแพทย์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาสั่งซื้อ ประกอบกับการควบคุมกิจการระหว่างโรงพยาบาลเอกชนในแต่ละแห่ง ทำให้เพิ่มอำนาจการซื้อแก่โรงพยาบาลเอกชนโดยรวม และคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor) โรงพยาบาลรัฐบาลในประเทศไทย จำนวนถึง 980 แห่ง เป็นคู่แข่งสำคัญของโรงพยาบาลเอกชน โรงพยาบาลรัฐบาลดังกล่าวล้วนแต่เป็นคู่แข่งสำคัญของโรงพยาบาลเอกชน อีกทั้งยังราคารักษาพยาบาลก็มีราคาต่ำกว่าโรงพยาบาลเอกชน แต่การแบ่งส่วนตลาดของผู้ใช้บริการ จะเป็นคนละกลุ่มกัน จึงทำให้การแข่งขันไม่รุนแรงอย่างที่คาดไว้

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เกี่ยวกับการสำรวจสถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วน

ใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.70 มีอายุต่ำกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.30 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.30 และโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลประเภท รักษาโรคทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 52.20 ผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นตัวแทน ของโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ไว้ คิดเป็นร้อยละ 94.0 มีการระบุ เป้าหมายการให้บริการที่มีคุณภาพในระยะเวลาการดำเนินงาน 3 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 72.10 มีการกำหนดภารกิจไว้ คิดเป็นร้อยละ 100 มีการกำหนดแผนระยะยาวด้านบริหารคุณภาพโดยรวม คิดเป็นร้อยละ 76.60 สำหรับผู้มีส่วนได้เสียในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานของโรงพยาบาล เอกชนรวมทุกขนาด พบว่า ผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นตัวแทนของ โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคณะกรรมการบริหารมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$) รองลงมา ได้แก่ ผู้อำนวยการส่วน ต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.13$) หัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ($\bar{x} = 3.80$) หน่วยงานวางแผนของ โรงพยาบาล ($\bar{x} = 3.57$) ผู้ใช้บริการ / ผู้ป่วย /ญาติผู้ป่วย ($\bar{x} = 2.86$) กระทรวงสาธารณสุข ($\bar{x} = 2.60$) และรัฐบาล ($\bar{x} = 2.29$) ตามลำดับ

วิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้ ด้านวิสัยทัศน์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะกำหนดวิสัยทัศน์ไว้ในด้านการเป็นเลิศของการรักษาพยาบาลตามมาตรฐาน และการ มุ่งเน้นที่จะให้บริการสุขภาพตามมาตรฐานวิชาชีพที่ปลอดภัย ส่วนภารกิจ ส่วนใหญ่จะได้กล่าวไว้ ว่า โรงพยาบาลมีการให้บริการคงญาติมิตร มีการพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีคุณภาพและมี คุณธรรมมากยิ่งขึ้น มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ต้องเอื้อต่อการให้บริการที่มีคุณภาพ การเพิ่มบริการ ทางการแพทย์แบบครบวงจร การให้บริการที่มีคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม ความต้องการที่จะ เป็นศูนย์รวมบริการด้านการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพสูง ความต้องการให้มีเทคโนโลยีสูงควบคู่ไป กับจริยธรรม การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง การบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานและมีความ ปลอดภัยสูง ความต้องการได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่าง ๆ มีการพัฒนาด้าน Excellence Center เช่น ศูนย์โรคหัวใจ เป็นต้น มีความมุ่งมั่นในการรักษาโรคอย่างมีคุณภาพ มีการส่ง มอบบริการด้วยความใส่ใจของความเป็นมนุษย์ การมุ่งมั่นดูแลลูกค้าให้มีสุขภาพดีสมบูรณ์ทั้งร่างกาย และจิตใจ มีความมุ่งมั่นที่จะสะท้อนตามความรักของพระเจ้าผ่านการรักษาโรค การแบ่งปันและการ ดูแลด้วยความรัก มีการพัฒนากิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีการให้บริการด้วยความมีน้ำใจ มีความ ต้องการในการลดการส่งต่อ มีการพัฒนาให้เป็นศูนย์อุบัติเหตุและเจ็บป่วยฉุกเฉิน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ในด้าน ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ การตลาดภายในองค์กรมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) รองลงมา ได้แก่ ภาวะผู้นำ ($\bar{x} = 4.27$) การตอบสนอง

ผู้ใช้บริการ ($\bar{x} = 4.24$) กระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.15$) ระบบสารสนเทศทางการตลาด และการวางแผนกลยุทธ์ ($\bar{x} = 4.59$) ตามลำดับ

ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นลูกค้ามากที่สุด ($\bar{x} = 4.40$) รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร ($\bar{x} = 4.52$) และ การมุ่งเน้นคู่แข่ง ($\bar{x} = 4.48$) ตามลำดับ

ปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.18$) รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ ($\bar{x} = 4.65$) และ นวัตกรรมจัดการ ($\bar{x} = 3.53$) ตามลำดับ

ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$) รองลงมา ได้แก่ ด้านรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด ($\bar{x} = 3.77$) และ ด้านการเงิน ($\bar{x} = 4.53$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กในด้านปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการตอบสนองผู้ใช้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$) รองลงมา ได้แก่ ภาวะผู้นำมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$) การตลาดภายในองค์กรมากที่สุด ($\bar{x} = 4.17$) กระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 3.98$) การวางแผนกลยุทธ์ ($\bar{x} = 3.74$) และระบบสารสนเทศทางการตลาด ($\bar{x} = 3.52$) ตามลำดับ

ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นลูกค้ามากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$) รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร ($\bar{x} = 3.22$) และ การมุ่งเน้นคู่แข่ง ($\bar{x} = 3.07$) ตามลำดับ

ปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับนวัตกรรมจัดการมากที่สุด ($\bar{x} = 3.72$) รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรมบริการ ($\bar{x} = 3.59$) และ นวัตกรรมกระบวนการ ($\bar{x} = 3.43$)

ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$) รองลงมา ได้แก่ ด้านรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด ($\bar{x} = 3.58$) และด้านการเงิน ($\bar{x} = 3.25$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ในด้านปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการตลาดภายในองค์กรมากที่สุด ($\bar{x} = 4.41$) รองลงมา ได้แก่ กระบวนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.33$) ภาวะผู้นำ ($\bar{x} = 4.26$) ระบบสารสนเทศทางการตลาด ($\bar{x} = 4.21$) การตอบสนองผู้ใช้บริการ ($\bar{x} = 4.15$) และการวางแผนกลยุทธ์ ($\bar{x} = 4.02$) ตามลำดับ

ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นลูกค้ามากที่สุด ($\bar{x} = 4.53$) รองลงมา ได้แก่ การมุ่งเน้นคู่แข่ง ($\bar{x} = 3.89$) และการประสานงานภายในองค์กร ($\bar{x} = 3.81$) ตามลำดับ

ปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.09$) รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ ($\bar{x} = 4.08$) และนวัตกรรมกระบวนการ ($\bar{x} = 4.06$) ตามลำดับ

ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$) รองลงมา ได้แก่ ด้านรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด ($\bar{x} = 3.98$) และด้านการเงิน ($\bar{x} = 3.82$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ดังนี้

1. การทดสอบโมเดลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 6 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดการตอบสนองผู้ให้บริการ (x3) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.76) มีความสัมพันธ์ร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 87.0 รองลงมา ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ (x2) (Factor loading = 0.75) มีความสัมพันธ์ร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 87.0 ตัวชี้วัดระบบสารสนเทศทางการตลาด (x4) (Factor loading = 0.74) มีความสัมพันธ์ร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 86.0 ตัวชี้วัดการตลาดภายใน (x5) (Factor loading = 0.51) มีความสัมพันธ์ร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 71.0 ตัวชี้วัดกระบวนการให้บริการ (x6) (Factor loading = 0.46) มีความสัมพันธ์ร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 68.0 และภาวะผู้นำ (x1) Factor loading = 0.51) มีความสัมพันธ์ร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 67.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาดพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดการมุ่งเน้นคู่แข่ง (y2) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.83) มีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 91.0 รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร (y3) (Factor loading = 0.81) มีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้น

ตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 90.0 และการมุ่งเน้นลูกค้า (y1) (Factor loading = 0.52) มีความผันแปรร่วมกันกับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 72.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาดพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดนวัตกรรมการจัดการ (y6) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.81) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 90.0 รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ (y5) (Factor loading = 0.70) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 84.0 และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการ (y4) (Factor loading = 0.63) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 79.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาดพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด (y8) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.69) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 83.0 รองลงมา ได้แก่ ด้านการเงิน (y7) (Factor loading = 0.48) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 69.0 และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (y9) (Factor loading = 0.47) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ร้อยละ 68.0

2. การทดสอบการแจกแจงของข้อมูลเป็นแบบปกติ (Normal Curve) ด้วย Kolmogorov Sminov test ในด้านการแจกแจงข้อมูลพบว่า คุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย (ความเบ้เป็นลบ) ค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูง ส่วนความโด่งของตัวแปร พบว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละด้านของปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดส่วนใหญ่มีความโด่งเตี้ยแบนกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 1.96) แสดงว่าตัวแปรย่อยมีการกระจายของข้อมูลมาก

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยค่าดัชนี KMO และค่าสถิติ Bartlett's test of Sphericity ระหว่างตัวแปรสังเกตได้เกี่ยวกับองค์ประกอบของตัวแปรโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า KMO = 0.843 และ Bartlett's Test of Sphericity = 2925.615, P-value=Sig. = 0.000 < 0.05 จึงสรุปได้ว่า

ปฏิเสธ H_0 นั่นคือเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณะ จึงสามารถวิเคราะห์ปัจจัยได้

4. การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาดพบว่า คุณภาพบริการรวมทุกขนาดกับ โมเดลการวัด การมุ่งเน้นตลาดกับ โมเดลการวัด นวัตกรรมทางการตลาดกับโมเดลการวัด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนกับ โมเดลการวัด จำนวน 15 ตัวแปร จำนวน 225 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก)

5. การค้นหารูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาดพบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.906 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือน้อยกว่า 2 เพื่อพิจารณาค่าดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์ของสมการ โครงสร้างที่กำหนดไว้ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัวได้แก่ GFI=0.938, AGFI=0.967 NFI=0.965, IFI=0.983, CFI=0.983 ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี RMR = 0.019 และ RMSEA = 0.006 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงทำให้ตัวแปรสาเหตุทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 68.0

6. การเขียนสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ของรูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ได้ดังนี้

การมุ่งเน้นตลาด	= 0.524*คุณภาพบริการโดยรวม
นวัตกรรมทางการตลาด	= 0.631*คุณภาพบริการโดยรวม+0.776*การมุ่งเน้นตลาด
ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน	= 0.571*คุณภาพบริการโดยรวม+0.825*การมุ่งเน้นตลาด+ 1.070*นวัตกรรมทางการตลาด

7. การพิสูจน์สมมติฐานการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก ดังนี้

1. การทดสอบโมเดลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 6 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดการตอบสนองผู้ใช้บริการ (x3) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.81) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 90.0 รองลงมาได้แก่ ตัวชี้วัดระบบสารสนเทศทางการตลาด (x4) (Factor loading = 0.76) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 87.0 ตัวชี้วัดการวางแผนกลยุทธ์ (x2) (Factor loading = 0.72) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 85.0 ตัวชี้วัดการตลาดภายใน (x5) (Factor loading = 0.50) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 70.0 ตัวชี้วัดภาวะผู้นำ (x1) Factor loading = 0.44 มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 66.0 และตัวชี้วัดกระบวนการให้บริการ (x6) (Factor loading = 0.43) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 66.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดการมุ่งเน้นคู่แข่ง (y2) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.81) มีความผันแปรร่วมกันกับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 90.0 รองลงมาได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร (y3) (Factor loading = 0.80) มีความผันแปรร่วมกันกับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 90.0 และการมุ่งเน้นลูกค้า (y1) (Factor loading = 0.55) มีความผันแปรร่วมกันกับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 74.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็กพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดนวัตกรรมการจัดการ (y6) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.82) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 90.0 รองลงมาได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ (y5) (Factor loading = 0.71) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 84.0 และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการ (y4) (Factor loading = 0.66) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 41.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็กพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด (y8) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.68) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 83.0 รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (y7) (Factor loading = 0.47) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 69.0 และด้านการเงิน (y9) (Factor loading = 0.47) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ร้อยละ 69.0 ตามลำดับ

2. การทดสอบการแจกแจงของข้อมูลเป็นแบบปกติ (Normal Curve) ด้วย Kolmogorov Smirnov test ในด้านการแจกแจงข้อมูลพบว่า คุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย (ความเบ้เป็นลบ) ค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูง ส่วนความโด่งของตัวแปร พบว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละด้านของปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดส่วนใหญ่มีความโด่งเตี้ยแบนกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 1.96) แสดงว่าตัวแปรย่อยมีการกระจายของข้อมูลมาก

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยค่าดัชนี KMO และค่าสถิติ Bartlett's test of Sphericity ระหว่างตัวแปรสังเกตได้เกี่ยวกับองค์ประกอบของตัวแปรโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า KMO = 0.843 และ Bartlett's Test of Sphericity = 2925.615, P-value = Sig. = 0.000 < 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ จึงสามารถวิเคราะห์ปัจจัยได้

4. การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็กพบว่า คุณภาพบริการรวมทุกขนาดกับ โมเดลการวัด การมุ่งเน้นตลาดกับ โมเดลการวัด นวัตกรรมทางการตลาดกับ โมเดลการวัด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนกับ โมเดลการวัด จำนวน 15 ตัวแปร จำนวน 225 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก)

5. การค้นหารูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็กพบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.906 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือน้อยกว่า 2 เพื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์ของสมการ โครงสร้างที่กำหนดไว้ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัว ได้แก่ GFI=0.938, AGFI=0.967, NFI=0.965, IFI=0.983, CFI=0.983

ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี RMR = 0.019 และ RMSEA = 0.006 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงทำให้ตัวแปรสาเหตุทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 74.0

6. การเขียนสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ของรูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ได้ดังนี้

การมุ่งเน้นตลาด	= 0.577*คุณภาพบริการ โดยรวม
นวัตกรรมทางการตลาด	= 0.735*คุณภาพบริการ โดยรวม+0.709*การมุ่งเน้นตลาด
ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน	= 0.694*คุณภาพบริการ โดยรวม+0.725*การมุ่งเน้นตลาด+ 0.841*นวัตกรรมทางการตลาด

7. การพิสูจน์สมมติฐานการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ดังนี้

1. การทดสอบโมเดลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 6 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดการวางแผนกลยุทธ์ (x2) (Factor loading = 0.79) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 89.0 รองลงมา ได้แก่ การตอบสนองผู้ใช้บริการ (x3) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.73) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 85.0 ตัวชี้วัดระบบสารสนเทศทางการตลาด (x4) (Factor loading = 0.73) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 86.0 ตัวชี้วัดการตลาดภายใน (x5) (Factor loading = 0.52) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 72.0 ตัวชี้วัดกระบวนการให้บริการ (x6) (Factor loading = 0.49) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ

70.0 และตัวชี้วัดภาวะผู้นำ (x1) Factor loading = 0.45) มีความผันแปรร่วมกันกับคุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ร้อยละ 67.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดการมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น (y2) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.85) มีความผันแปรร่วมกันกับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 92.0 รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร (y3) (Factor loading = 0.81) มีความผันแปรร่วมกันกับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 90.0 และการมุ่งเน้นลูกค้า (y1) (Factor loading = 0.48) มีความผันแปรร่วมกันกับการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 69.0 ตามลำดับ

การทดสอบโมเดลการวัดนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดนวัตกรรมการจัดการ (y6) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.80) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 90.0 รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ (y5) (Factor loading = 0.69) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 83.0 และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการ (y4) (Factor loading = 0.60) มีความผันแปรร่วมกันกับนวัตกรรมทาง

การทดสอบโมเดลการวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ของตัวชี้วัดทั้ง 3 ตัว มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด (y8) มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.69) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 83.0 รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (y7) (Factor loading = 0.48) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 69.0 และด้านการเงิน (y9) (Factor loading = 0.46) มีความผันแปรร่วมกันกับวัดผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ร้อยละ 68.0 ตามลำดับ

2. การทดสอบการแจกแจงของข้อมูลเป็นแบบปกติ (Normal Curve) ด้วย Kolmogorov Sminov test ในด้านการแจกแจงข้อมูลพบว่า คุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรม

ทางการตลาด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย (ความเบ้เป็นลบ) ค่าเฉลี่ยค่อนข้างสูง ส่วนความโด่งของตัวแปร พบว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละด้านของปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดส่วนใหญ่มีความโด่งเดี่ยวเบนกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งน้อยกว่า 1.96) แสดงว่าตัวแปรย่อยมีการกระจายของข้อมูลมาก

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยค่าดัชนี KMO และค่าสถิติ Bartlett's test of Sphericity ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ เกี่ยวกับองค์ประกอบของตัวแปรโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยพบว่า $KMO = 0.848$ และ $Bartlett's Test of Sphericity = 1391.706$, $P\text{-value} = \text{Sig.} = 0.000 < 0.05$ จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธ H_0 นั่นคือเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์

4. การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่พบว่า คุณภาพบริการรวมทุกขนาดกับโมเดลการวัด การมุ่งเน้นตลาดกับโมเดลการวัด นวัตกรรมทางการตลาดกับโมเดลการวัด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนกับโมเดลการวัด จำนวน 15 ตัวแปร จำนวน 225 คู่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน (ค่าความสัมพันธ์เป็นบวก)

5. ผลการค้นหารูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็กพบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.261 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือน้อยกว่า 2 เพื่อพิจารณาค่าดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์ของสมการโครงสร้างที่กำหนดไว้ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัวได้แก่ $GFI=0.913$, $AGFI=0.988$, $NFI=0.948$, $IFI=0.989$, $CFI=0.988$ ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี $RMR = 0.019$ และ $RMSEA = 0.000$ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงทำให้ตัวแปรสาเหตุทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 72.8

6. การเขียนสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ของรูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ได้ดังนี้

การมุ่งเน้นตลาด	= 0.651*คุณภาพบริการ โดยรวม
นวัตกรรมทางการตลาด	= 0.812*คุณภาพบริการ โดยรวม+0.651*การมุ่งเน้นตลาด
ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน	= 0.756*คุณภาพบริการ โดยรวม+0.719*การมุ่งเน้นตลาด+ 0.712*นวัตกรรมทางการตลาด

7. การพิสูจน์สมมติฐานการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และ นวัตกรรมทางการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน ขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$)

ตอนที่ 6 ผลการค้นพบรูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดย วิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement model) ตัวแปรแฝง 4 ตัว ได้แก่ ตัวแปรคุณภาพบริการ โดยรวม (F1) ตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด (F3) ตัวแปรนวัตกรรมทางการตลาด (F2) และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน (F4) การทดสอบความสอดคล้องของรูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาล เอกชนในประเทศไทย ตามสมมติฐาน กับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์

1. รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทาง การตลาด มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงและทางอ้อม ต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนใน ประเทศไทยรวมทุกขนาด ตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่จะบ่งบอกถึงปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวม โดยตัวแปร ดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.46 ถึง 0.76 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมาก ที่สุด ได้แก่ การตอบสนองผู้ใช้บริการ รองลงมา ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ ระบบสารสนเทศทาง การตลาด การตลาดภายใน ภาวะผู้นำ และกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ตัวบ่งชี้ปัจจัยการ มุ่งเน้นตลาด พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดง ว่า ตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.52 ถึง 0.83 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนัก ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมุ่งเน้นคู่แข่ง รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร และ การมุ่งเน้นลูกค้า ตามลำดับ ตัวบ่งชี้สำคัญที่บ่งบอกถึงปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาด พบว่า ค่า น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวมีค่า

น้ำหนักร่องประกอบอยู่ระหว่าง 0.63 ถึง 0.70 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ ร่องลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรมบริการ ตามลำดับ ตัวบ่งชี้สำคัญที่จะบ่งบอกถึงผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักร่องประกอบอยู่ระหว่าง 0.47 ถึง 0.69 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ รายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด ร่องลงมา ได้แก่ ด้านการเงิน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

2. รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงและทางอ้อม ต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดเล็ก ตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่จะบ่งบอกถึงปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวม โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักร่องประกอบอยู่ระหว่าง 0.43 ถึง 0.81 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การตอบสนองผู้ใช้บริการ ร่องลงมา ได้แก่ ระบบสารสนเทศทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การตลาดภายใน ภาวะผู้นำ และกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ตัวบ่งชี้ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด พบว่า ค่าน้ำหนักร่องประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักร่องประกอบอยู่ระหว่าง 0.55 ถึง 0.81 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมุ่งเน้นคู่แข่ง ร่องลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร และการมุ่งเน้นลูกค้า ตามลำดับ ตัวบ่งชี้สำคัญที่จะบ่งบอกถึงปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาด พบว่า ค่าน้ำหนักร่องประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักร่องประกอบอยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.82 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ ร่องลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการ ตามลำดับ ตัวบ่งชี้สำคัญที่จะบ่งบอกถึงผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักร่องประกอบอยู่ระหว่าง 0.47 ถึง 0.68 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ รายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด ร่องลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และด้านการเงิน ตามลำดับ

3. รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงและทางอ้อม ต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่จะบ่งบอกถึงปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวม

โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.45 ถึง 0.79 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ รองลงมา ได้แก่ การตอบสนองผู้ใช้บริการ ระบบสารสนเทศทางการตลาด การตลาดภายใน กระบวนการให้บริการ และภาวะผู้นำ ตามลำดับ ตัวบ่งชี้ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาด พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.48 ถึง 0.81 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร และการมุ่งเน้นลูกค้า ตามลำดับ ตัวบ่งชี้สำคัญที่บ่งบอกถึงปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาด พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 0.80 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการ ตามลำดับ ตัวบ่งชี้สำคัญที่จะบ่งบอกถึงผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน โดยตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.46 ถึง 0.69 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ รายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และด้านการเงิน ตามลำดับ

สรุป รูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย วิเคราะห์รวมทุกขนาดและแยกตามขนาด พบว่า การตอบสนองผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดในตัวบ่งชี้คุณภาพบริการโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาดและขนาดเล็ก ส่วนการวางแผนกลยุทธ์ของโรงพยาบาลเอกชน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดในตัวบ่งชี้คุณภาพบริการโดยรวมที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ การมุ่งเน้นคู่แข่งชั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดในตัวบ่งชี้การมุ่งเน้นตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ขนาดเล็กและขนาดกลางกับขนาดใหญ่ นวัตกรรมจัดการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดในตัวบ่งชี้ นวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ขนาดเล็กและขนาดกลางกับขนาดใหญ่ นอกจากนี้ รายได้และส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดในตัวบ่งชี้ผล การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด ขนาดเล็กและขนาดกลางกับขนาดใหญ่

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ได้แบ่งการศึกษาเป็นประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ตามขนาดของโรงพยาบาล

โรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด โดยมีขนาดอิทธิพล 0.101* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมในโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาดมากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาดเพิ่มมากขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมทั้ง 6 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Macinatti (2008) ที่ทำวิจัยเรื่อง The relationship between quality management systems and organizational performance in the Italian National Health Service และแนวคิดของ Wang, Chen, & Chen (2012) ทำวิจัยเรื่อง Total Quality Management Market orientation and Hospitals performance : The moderating effects of external environmental factors

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางลบต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด โดยมีอิทธิพล -0.005* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดในโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาดมากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาดลดลงด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของการปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดทั้ง 3 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Barbara (2014) ที่ทำวิจัยเรื่อง Multiple Strategic Orientations: The Public Library as a Societal Organization

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด โดยมีขนาดอิทธิพล 1.071* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดในโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาดมากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาดมากขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของนวัตกรรมทางการตลาดทั้ง 3 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Zhou, Gao, Yang, & Zhou (2005) ที่ทำวิจัยเรื่อง Developing

strategic orientation in China: antecedents and consequences of market and innovation orientations

โรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก โดยมีขนาดอิทธิพล 0.002* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมในโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กมากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมทั้ง 6 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Li (1997) ที่ทำวิจัยเรื่อง Relationships between Determinants of Hospital Quality Management and Service Quality Performance - Path Analytic Model

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก โดยมีอิทธิพล 0.129* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดในโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กมากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กเพิ่มขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของการปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดทั้ง 3 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Jaworski & Kohli (1993) ที่ทำวิจัยเรื่อง Market Orientation: Antecedents and Consequences

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก โดยมีขนาดอิทธิพล 0.841* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดในโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กมากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กมากขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของนวัตกรรมทางการตลาดทั้ง 3 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Sylvie (2008) ที่ทำวิจัยเรื่อง Size, strategic, and market orientation affects on innovation

โรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ โดยมีขนาดอิทธิพล 0.012* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวมในโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่มากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่เพิ่มมาก

ขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวมทั้ง 6 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Wang, Chen, & Chen (2012) ที่ทำวิจัยเรื่อง Total Quality Management Market orientation and Hospitals performance : The moderating effects of external environmental factors

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ โดยมีอิทธิพล 0.255* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดในโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ มากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ เพิ่มขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของการปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดทั้ง 3 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ที่สอดคล้องกับแนวคิด Raju, Subhash, & Michael (2011) ที่ทำวิจัยเรื่อง Market orientation in the context of SMEs: A conceptual framework

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อตัวแปรผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ โดยมีขนาดอิทธิพล 0.712* ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีการใช้ปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดในโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ มากขึ้น จะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ เพิ่มขึ้นด้วย ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของนวัตกรรมทางการตลาดทั้ง 3 ตัว ส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Naidoo (2010) ที่ทำวิจัยเรื่อง Firm survival through a crisis: The influence of market orientation, marketing innovation and business strategy

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ที่สามารถนำไปใช้สามารถทำนายค่าของตัวแปรหนึ่งซึ่งเป็นตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัว จากการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) ที่จะออกมาในรูปแบบของสมการที่สามารถอธิบายข้อมูลในการทำนายตัวแปรตามได้ดีที่สุด และยังใช้สมการถดถอยนี้วิเคราะห์หาปัจจัยหรือตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำค่าอิทธิพลโดยรวม (Total Effect: TE) ของการวิเคราะห์รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการ

ดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาด, ขนาดเล็ก และขนาดกลางกับขนาดใหญ่ มาเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณได้ 3 สมการ ดังนี้

สมการที่ 1

$$\begin{aligned} \text{ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาล} &= 0.571 * \text{คุณภาพบริการ โดยรวม} + 0.825 * \text{การมุ่งเน้นตลาด} + 1.070 * \\ \text{เอกชนรวมทุกขนาด} & \text{นวัตกรรมทางการตลาด; } R^2 = 0.680 \end{aligned}$$

สมการที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาล} &= 0.694 * \text{คุณภาพบริการ โดยรวม} + 0.725 * \text{การมุ่งเน้นตลาด} + 0.841 * \\ \text{เอกชนรวมขนาดเล็ก} & \text{นวัตกรรมทางการตลาด; } R^2 = 0.740 \end{aligned}$$

สมการที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาล} &= 0.756 * \text{คุณภาพบริการ โดยรวม} + 0.719 * \text{การมุ่งเน้นตลาด} + 0.712 * \\ \text{เอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่} & \text{นวัตกรรมทางการตลาด; } R^2 = 0.728 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการพยากรณ์หรือการทำนายผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในแต่ละขนาดจากสมการถดถอยพหุคูณที่ค้นพบ ดังต่อไปนี้

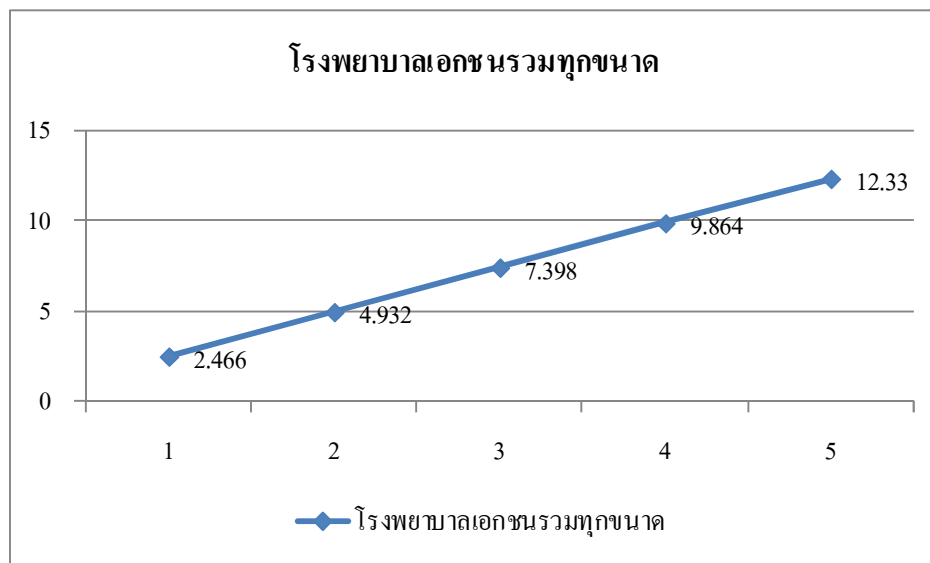
โรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด

ผู้วิจัยทำการทดสอบการทำนายผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ด้วยการสมมติให้ตัวแปร X ทุกตัวมีค่าเท่ากับ 1 จะสามารถคำนวณเพื่อการทำนาย (Y) ได้ดังนี้

สมการที่ 1

$$\begin{aligned} \text{ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาล} &= 0.571 * (1) + 0.825 * (1) + 1.070 * (1); R^2 = 0.680 \\ \text{เอกชนรวมทุกขนาด (Y)} &= 0.571 + 0.825 + 1.070 \\ &= 2.466 \end{aligned}$$

แปลความหมายได้ว่า ถ้าตัวแปร X ทุกตัวเพิ่มขึ้น = 1 จะทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด จะเพิ่มขึ้น = 2.466 และถ้าผู้วิจัยทดลองกำหนดตัวแปร X ให้เพิ่มขึ้นครั้งละ 1 จนถึง 5 ผู้วิจัยจะสามารถเขียนกราฟสมการถดถอยของผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ได้ดังนี้



ภาพที่ 5.1: เส้นถดถอยของผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด

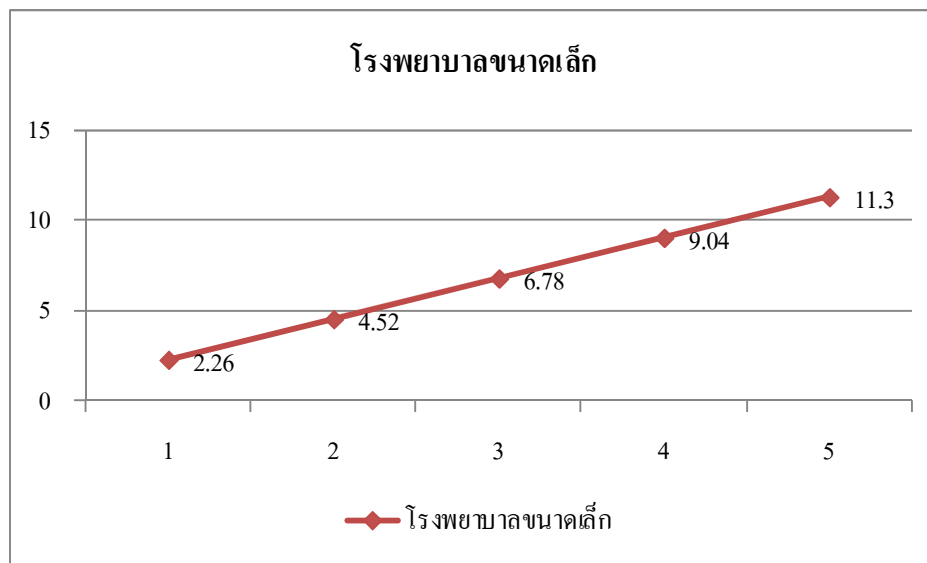
โรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก

ผู้วิจัยทำการทดสอบการทำนายผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กด้วยการสมมติให้ตัวแปร X ทุกตัวมีค่าเท่ากับ 1 จะสามารถคำนวณเพื่อการทำนาย (Y) ได้ดังนี้

สมการที่ 2

$$\begin{aligned}
 \text{ผลการดำเนินงานของ โรงพยาบาล} &= 0.694*(1)+0.725*(1)+0.841*(1); R^2 = 0.740 \\
 \text{เอกชนขนาดเล็ก (Y)} &= 0.694+0.725+0.841 \\
 &= 2.53
 \end{aligned}$$

แปลความหมายได้ว่า ถ้าตัวแปร X ทุกตัวเพิ่มขึ้น = 1 จะทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กจะเพิ่มขึ้น = 2.53 และถ้าผู้วิจัยทดลองกำหนดตัวแปร X ให้เพิ่มขึ้นครั้งละ 1 จนถึง 5 ผู้วิจัยจะสามารถเขียนกราฟสมการถดถอยของผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก ได้ดังนี้



ภาพที่ 5.2: เส้นถดถอยของผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก

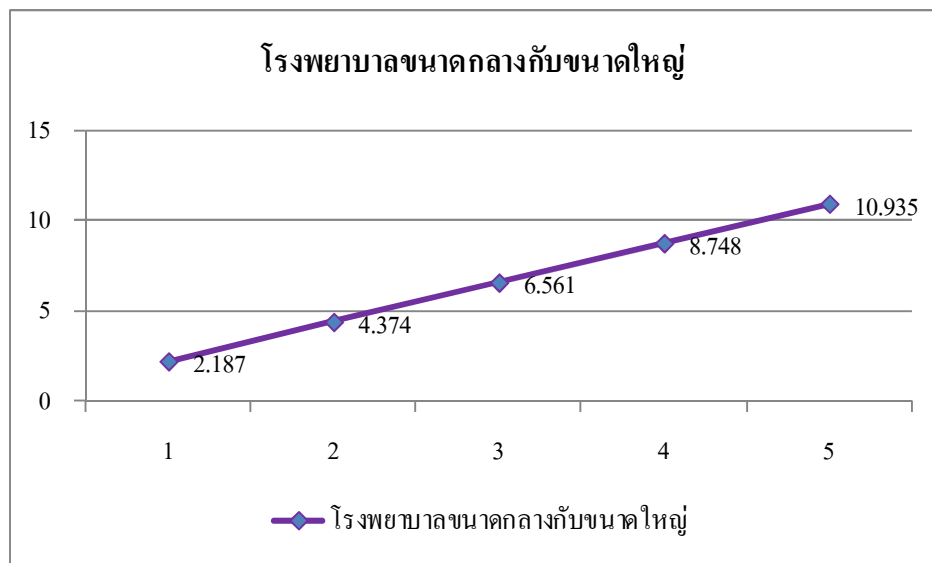
โรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่

ผู้วิจัยทำการทดสอบการทำนายผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ด้วยการสมมติให้ตัวแปร X ทุกตัวมีค่าเท่ากับ 1 จะสามารถคำนวณเพื่อการทำนาย (Y) ได้ดังนี้

สมการที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาล} &= 0.756*(1)+0.719*(1)+0.712*(1); R^2 = 0.728 \\ \text{เอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่} &= 0.756+0.719+0.712 \\ (Y) &= 2.187 \end{aligned}$$

แปลความหมายได้ว่า ถ้าตัวแปร X ทุกตัวเพิ่มขึ้น = 1 แล้วจะทำให้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กจะเพิ่มขึ้น = 2.187 และถ้าผู้วิจัยทดลองกำหนดตัวแปร X ให้เพิ่มขึ้นครั้งละ 1 จนถึง 5 ผู้วิจัยจะสามารถเขียนกราฟสมการถดถอยของผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ ได้ดังนี้



ภาพที่ 5.3: เส้นถดถอยของผลการดำเนินงานของ โรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนควรกำหนดคนโยบายสำหรับการพัฒนาคุณภาพภายในองค์กรที่สะท้อนถึงความเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ได้มาตรฐาน โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน และส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพด้วยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สามารถวัดได้ด้วยผลงาน และการจัดสรรทรัพยากรทางการแพทย์ได้อย่างเหมาะสมเพื่อใช้ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างมีทิศทางต่อไป

2. กำหนดมาตรการกระตุ้นการพัฒนาคุณภาพในโรงพยาบาลเอกชนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยชี้้นำให้มีการสร้างกิจกรรม โดยเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพบริการโดยรวม ได้แก่ ภาวะผู้นำผู้บริหาร การตอบสนองต่อลูกค้า ระบบสารสนเทศทางการตลาด การตลาดภายใน และกระบวนการการให้บริการ ที่ควรจัดทำแผนการปฏิบัติงานทั้ง 6 ด้านนี้อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน

3. ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สร้างแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มีความแตกต่างจากการฝึกอบรมตามปกติ เพื่อเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ที่เป็นแบบอย่างมาตรฐานที่มีความเป็นเลิศ โดยใช้นโยบายการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเชิงการแข่งขันระหว่างหน่วยงาน และมีการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กรให้เกิดขึ้นต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ด้านปัจจัยตัวแปรในการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนด้วย เช่น ปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาล สถานะทางเศรษฐกิจของประเทศหรือของโลก สภาวะสังคม กระแสการใช้บริการด้านสุขภาพของประชาชน และเทคโนโลยีในการรักษาโรค ส่วนด้านกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยโดยสภาพรวม ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่างโรงพยาบาลเอกชนกับโรงพยาบาลรัฐบาล หรือระหว่างโรงพยาบาลเอกชนในต่างประเทศ อีกทั้งควรศึกษาเพิ่มเติมในโรงพยาบาลเอกชนในระดับอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมโรงพยาบาลเอกชน อีกทั้งควรศึกษาโรงพยาบาลเอกชนอื่น ๆ ในประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน และสำหรับข้อเสนอแนะด้านเทคนิคการวิจัยในเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มย่อย

สรุป

รูปแบบคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ที่ศึกษานั้นมีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็ก รูปแบบโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลางกับขนาดใหญ่ และรูปแบบโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบนั้นประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญที่ค้นและมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในสัดส่วนที่แตกต่างกันออกไป

ดังนั้น ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยในแต่ละขนาด สามารถนำปัจจัยสำคัญที่ค้นพบไปพัฒนาผลการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสามารถนำปัจจัยดังกล่าวไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป