

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด  
ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

โดย : นายรุ่งโรจน์ สงสระบุญ

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต

สาขา : การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิพิเศษ : ..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผศ. ดร. ณัฐพล นิมมานพัชรินทร์)  
๒๗ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๘

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาสถานการณ์ของธุรกิจบริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ศึกษาปัจจัยและแสวงหารูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นตัวแทนของโรงพยาบาลเอกชน ที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงพยาบาลเอกชน ปี พ.ศ. 2557 ทั้งหมด โรงพยาบาลละ 1 คน จำนวน 207 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งโรงพยาบาลเอกชนออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ โรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กที่มีจำนวนเตียงผู้ป่วยแบบค้างคืน 10 - 100 เตียง และโรงพยาบาลขนาดกลางกับขนาดใหญ่ที่มีจำนวนเตียงผู้ป่วยแบบค้างคืน 101 เตียง ขึ้นไป โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis: SEM) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 14.0 และ AMOS Version 6.0

ผลการวิจัยพบว่า สถานะของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลประเภทรักษาโรคทั่วไป และคณะกรรมการบริหารเป็นผู้กำหนดเป้าหมายการดำเนินงานมากที่สุด ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการตลาดภายในองค์กร การมุ่งเน้นลูกค้า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด

รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบโรงพยาบาลเอกชนรวมทุกขนาด ขนาดเล็ก และขนาดกลางกับขนาดใหญ่ โดยผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรสาเหตุหรือตัวแปรต้นเหตุทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรง และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อีกทั้งมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 68.0 74.0 และ 72.8 ตามลำดับ ซึ่งผ่านตามเกณฑ์ร้อยละ 40 ขึ้นไป ส่วนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมทุกขนาดประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด โดยปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวมที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การตอบสนองผู้ใช้บริการ รองลงมา ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ ส่วนปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมุ่งเน้นคู่แข่ง รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร และปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ 2) รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมขนาดเล็กประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด โดยปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวมที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การตอบสนองผู้ใช้บริการ รองลงมา ได้แก่ ระบบสารสนเทศทางการตลาด ส่วนปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมุ่งเน้นคู่แข่ง รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร และปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ 3) รูปแบบคุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยรวมขนาดกลางกับกลางใหญ่ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพบริการ โดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด โดยปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวมที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ รองลงมา ได้แก่ การตอบสนองผู้ใช้บริการ ส่วนปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ การมุ่งเน้นคู่แข่ง รองลงมา ได้แก่ การประสานงานภายในองค์กร และปัจจัยนวัตกรรมทางการตลาดที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ด้วยการนำผลการถอดอรรถุณที่ค้นพบมาเขียนเป็นกราฟ เพื่อจะได้เห็นถึงสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน ส่วนข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการนั้น ผู้ประกอบการ โรงพยาบาลเอกชนควรนำปัจจัยมีองค์ประกอบสูงสุดมาใช้ในโรงพยาบาล เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนต่อไป

**ABSTRACT**

Title : Model of Total Service Quality, Market Orientation and Marketing Innovation towards Performance of Private Hospitals in Thailand

By : Rungroje Songsraboon

Degree : Doctor of Business Administration

Major Filed : Marketing

Dissertation Advisor : .....Major Advisor  
(Asst. Prof. Dr. Nuttapon Nimmanphatcharin)

27 November 2015

The research aimed to study situation of private hospitals in Thailand, to study and find of a model of total service quality, market orientation and marketing innovation towards performance of private hospitals in Thailand.

The research methodology was the questionnaire and interviews by collecting data from Manager of private hospitals or who been authorized to represent the private hospitals of Association of private hospitals in 2014 from 207 samples. The researcher was separate private hospitals into two groups, small groups of patient beds overnight were 10 – 100 beds, medium and large groups of patient beds overnight were 101 beds and more. The structured equation modeling (SEM) was implemented by SPSS program version 14.0 and AMOS version 6.0.

The results of the study showed that most of the samples were female, aged less than 40 years old, undergraduated, type of private hospitals were common diseases and executive board were targeting the most. Analysis of factors affecting to the operation of private hospitals found that most internal marketing, customer orientation, product innovation and service innovation and customer satisfaction.

Model of total service quality, market orientation and marketing innovation towards performance of private hospitals in Thailand in 3 models, the private hospitals of all size model, the small size model and the medium with the large size model. The results of the analysis showed that all factors had been a causal relationship direct. The models were consistent with empirical

data, Elements of the models were accurate and had been ability to predict and were an acceptable level in 73.0 percent, 74 percent and 72.8 and standard of above 40 percent.

The analysis of structural equation modeling: SEM. The research found that 1) Model of total service quality, market orientation and marketing innovation towards performance of private hospitals in Thailand of all size. The finding found that 3 factors of the latent variables. total service quality factor, market orientation factor and marketing innovation factor. The Total service quality factor was arranged descending level of importance as response consumer and strategic planning respectively. The market orientation factor was arranged descending level of importance as focus on competition and coordination within the organization respectively. As for the marketing innovation factor was arranged descending level of importance as management innovation and process innovation respectively. 2) Model of total service quality, market orientation and marketing innovation towards performance of private hospitals in Thailand of small size. The finding found that 3 factors of the latent variables. total service quality factor, market orientation factor and marketing innovation factor. The Total service quality factor was arranged descending level of importance as response consumer and market information systems respectively. The market orientation factor was arranged descending level of importance as focus on competition and coordination within the organization respectively. As for the marketing innovation factor was arranged descending level of importance as management innovation and process innovation respectively. 3) Model of total service quality, market orientation and marketing innovation towards performance of private hospitals in Thailand of medium size with large size. The finding found that 3 factors of the latent variables. total service quality factor, market orientation factor and marketing innovation factor. The Total service quality factor was arranged descending level of importance as strategic planning and response consumer respectively. The market orientation factor was arranged descending level of importance as focus on competition and coordination within the organization respectively. As for the marketing innovation factor was arranged descending level of importance as management innovation and process innovation respectively.

The suggestion for development of performance structure of small size and medium size with large size by used multiple regression to graph for increase of performance of private hospitals. The suggestion of Operation, The Entrepreneur should be bring the high factor loading used to private hospitals, to increase the performance of private hospitals.