

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน มีทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎี และแนวคิด

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้กล่าวไว้ว่าธุรกิจให้บริการจะใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7 Ps เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)⁸ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการได้แก่บริการที่เสนอเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ซึ่งครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างของตัวสินค้าและสิ่งทีจัดเตรียมไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่จะได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจบริการด้วย

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์ กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง (1) คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น (2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง (3) ภาวะการแข่งขัน (4) ปัจจัยอื่นๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายภาครัฐ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็น

⁸ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, *การบริหารการตลาดยุคใหม่* (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บริษัท ซีระฟิวส์ และ ไชเท็กซ์, 2541), หน้า 334-337.

ตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาให้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้ง จะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท

การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่าย และลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน

(Integrated Marketing Communication — IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งกัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) คุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ได้แก่สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย

7. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า จะพิจารณาใน 2 ด้าน คือความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ ส่วนในด้านของความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความมีอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ประวิทย์ แสงศิริวุฒิ⁹ ศึกษาเรื่อง ความต้องการของประชาชนที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน ในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา พบว่า ความต้องการของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน มีความต้องการด้านบริการของพยาบาล อันดับ 1 คือ ต้องการให้พยาบาลให้เกียรติ อันดับ 2 คือ ต้องการให้พยาบาลสอนและแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในโรงพยาบาล และอันดับ 3 คือ ต้องการให้พยาบาลสอนและแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวเมื่อรู้สึกเจ็บป่วย สำหรับความต้องการการบริการขณะที่มารับการตรวจรักษา อันดับ 1 คือ ต้องการให้มีสถานที่นั่งรอตรวจอย่างเพียงพอ อันดับ 2 คือ ต้องการให้มีห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอ ความต้องการด้านสวัสดิการสิ่งแวดล้อม ผู้ที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาลต้องการให้โรงพยาบาลจัดหาเครื่องอุปโภค บริโภค เครื่องนุ่งห่ม และพยาบาลพิเศษมาดูแล ส่วนผู้ที่ไม่เคยพักรักษาตัวในโรงพยาบาล จะต้องการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคจากร้านขายของชำในโรงพยาบาล ต้องการจัดหาเครื่องนุ่งห่มมาจากบ้าน และต้องการญาติคอยดูแลขณะเจ็บป่วย และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลควรอยู่ในแหล่งชุมชน การเดินทางสะดวกรวดเร็ว มีบริการของแพทย์และพยาบาลที่ดี และจัดสวัสดิการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น¹⁰ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคทั้งที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาลและไม่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ในระดับมาก มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านการให้บริการลูกค้า ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในระดับปานกลาง มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งเป็นส่วนที่เพิ่มเติมจากที่กล่าวมาแล้ว ที่มีผลต่อผู้บริโภคเฉพาะที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล อยู่ในระดับมากทั้งหมดมี 4 ปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคาและด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย

⁹ ประวิทย์ แสงศิริวุฒิ, “ความต้องการของประชาชนที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน ในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา”, การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2537, หน้า ๖.

¹⁰ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, “ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”, การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2542, หน้า ๗ - ๘.

ธน วงศ์จินาพันธุ์¹¹ ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกจ้างบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือต่อการให้บริการทางการแพทย์ตามโครงการประกันสังคมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ลูกจ้างมีความคิดเห็นต่อบริการทางการแพทย์โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน ได้แก่ การรักษาพยาบาลของแพทย์ คุณภาพเวชภัณฑ์ ค่าใช้จ่าย คุณภาพผู้ให้บริการ และความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับความคิดเห็นในด้านการรักษาพยาบาลของแพทย์ ลูกจ้างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน คือ การมีแพทย์ผู้ชำนาญหลากหลายสาขาไว้บริการ จำนวนแพทย์ที่เพียงพอและความรู้ความชำนาญของแพทย์ ด้านความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรับบริการ ลูกจ้างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก คือ การหายานพาหนะในการเดินทางได้ง่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

¹¹ ธน วงศ์จินาพันธุ์, “ความคิดเห็นของลูกจ้างบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือต่อการให้บริการทางการแพทย์ตามโครงการประกันสังคมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหามัฒจิด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2544, หน้า ง - จ.