

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการ  
ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ศูนย์ศรีพัฒน์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายวินท์ แก้วสุทธิ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. พัทธรา ตันติประภา

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ศูนย์ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ศูนย์ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-35,000 อาศัยอยู่นอกจังหวัด และโดยส่วนใหญ่ใช้สิทธิเบิกค่ารักษาพยาบาลของข้าราชการ

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ศูนย์ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การมีแพทย์ที่มีความรู้ ความชำนาญ ในการตรวจรักษา แพทย์ที่รักษาเป็นอาจารย์แพทย์ และความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความน่าเชื่อถือของโรงพยาบาล การมีบริการรักษาโรคเฉพาะทาง ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ สามารถใช้สิทธิสวัสดิการของรัฐในการตรวจรักษาได้ และสามารถใช้สิทธิประกันชีวิต และสิทธิสวัสดิการบริษัทในการตรวจรักษาได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งโรงพยาบาลตั้งอยู่ในเขตชุมชน สถานที่จอดรถมีความกว้างขวาง และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ คำแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และสถานพยาบาลมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม เช่นการจัดอบรม การจัดนิทรรศการ การจัดการเดินการกุศล

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การมีแพทย์ที่มีความรู้ ความชำนาญ ในการตรวจรักษา แพทย์ที่รักษาเป็นอาจารย์แพทย์ และทักษะความรู้ ความชำนาญ ชื่อเสียงของแพทย์

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีการชี้แจงขั้นตอนการรับบริการ ขั้นตอนในการติดต่อเข้าตรวจไม่ซับซ้อน การให้บริการทุกอย่างรวมอยู่ในที่เดียว เช่น ไม่ต้องเดินทางติดต่อหลายชั้น

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอ อุปกรณ์ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสะอาด และอาคารและสถานที่สะอาด

**Independent Study Title** Service Marketing Mix Affecting Customers Towards  
Using Services of Outpatient Department, Sriphat  
Medical Center, Chiang Mai University

**Author** Mr. Rawin Keowsuddhi

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Independent Study Advisor** Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

### **Abstract**

This independent study aimed to examine service marketing mix affecting customers towards using services of an outpatient department, Sriphat Medical Center, Chiang Mai University. The Samples were specified from 300 Thai outpatient of Sriphat Medical Center, Chiang Mai University. The questionnaire was used as a research tool to collect data; then, all derived data were analyzed by the descriptive statistics consisting of frequency, percentage and means.

The results showed that most patients were female aged between 41-50 years old, holding bachelor's degree, working as government officer and earning monthly income at the amount of 15,001-35,000 baht and most patients stayed outside Chiang Mai and the majority claimed for the health care rights from government.

Based upon the study on opinion towards service marketing mix affecting customers Towards using services of an outpatient department, Sriphat Medical Center, Chiang Mai University, the results suggested that there were top three factors affecting the selecting decision of those patients the most: have the doctor that had the knowledge and expertise of doctors, the doctors were medical lecturers and the reliability of the hospital.

In product factor, the top three important elements were the reliability of the hospital, specialization in specific illnesses and the reputation and good image of the hospital.

In price factor, the top three important elements were being able to pay by credit card, being able to claim from health care rights of the government and being able to claim from health care rights from life insurance or from the company's welfare.

In place factor, the top three important elements were the location located near community area, widely parking area and sufficient parking area.

In promotion factor, the top three important elements were the advices provided by the old patients, arrangements of some health promotion activities and the arrangements of some social-related activities such as health care academic lectures, exhibitions and trainings for the patients.

In people factor, the top three elements were having the doctor that had the knowledge and expertise of doctors, the doctors were instructor doctor and reputation of doctors.

In process factor, the top three elements were the explanation of the service process, the uncomplicated medical communicate for treatment process and one stop service.

In physical evidence factor, the top three elements were the high technology and sufficient medical equipments, the cleanliness of the medical equipments and the cleanliness of the hospital.