

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

## FACTORS INFLUENCING PERFORMANCE OF PRIVATE HOSPITALS IN THAILAND

รุ่งโรจน์ สงสรบุญญ

Rungroje Songsraboon

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

rrs101@hotmail.com

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาด และการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย (2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ประชากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 207 ตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวของไลเคิร์ท จำนวน 64 ข้อ เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนขนาดเล็กที่มีเตียงผู้ป่วย 10 - 100 เตียง และเป็นโรงพยาบาลประเภทรักษาโรคทั่วไป (2) ปัจจัยคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดมีผลทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน และ (3) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นจากการวิจัยมีความเหมาะสมเนื่องจากมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และแต่ละองค์ประกอบของโมเดลมีความเที่ยงตรง มีความสามารถในการพยากรณ์ได้ระดับดีและเป็นที่ยอมรับได้

**คำสำคัญ:** คุณภาพบริการโดยรวม, การมุ่งเน้นตลาด, นวัตกรรมทางการตลาด, การดำเนินงาน, โรงพยาบาลเอกชน

### ABSTRACT

The purpose of this research was (1) to study total service quality, market orientation, marketing innovation and performance of private hospitals. (2) to analyze the causal direct and indirect relationship of total service quality, market orientation, Marketing innovation towards performance of private hospitals. Samples consisted of executive officers of private hospitals in Thailand. Sampling was done of 207 people. The anonymous questionnaires of sixty-four items of five-point Likert scale. The data received were calculated and analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean and standard deviation). The path analysis was used to test the hypotheses. The Structural equation modeling: SEM was used to test performance of private hospitals model

The results of the study showed that (1) most samples are manager of small private hospital size with 10 - 100 beds and private hospitals of treatment of common diseases (2) total service quality, market orientation and marketing innovation direct and indirect to performance of private hospitals. The causal model developed is appropriate. Because they are consistent with the empirical data. Elements of the model are accurate (Validity) and have the ability to predict and are an acceptable level.

**Keywords:** Total Service Quality, Market Orientation, Marketing Innovation, Performance, Private Hospitals

## บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านสาธารณสุขไว้ว่า “การพัฒนาระบบบริการสาธารณสุขให้มีคุณภาพอย่างทั่วถึง เป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศในด้านสาธารณสุข” ปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนมีจำนวนทั้งสิ้น 321 แห่ง จำนวนเตียงรวม 33,698 เตียง เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.93 และร้อยละ 0.27 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปี 2556 โดยตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 แห่ง และมีเตียงผู้ป่วย 13,853 เตียงซึ่งถือเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.67 และร้อยละ 41.11 ของจำนวนทั่วประเทศตามลำดับ [1] ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวในกรุงเทพมหานครเป็นหลัก ซึ่งทำให้สถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น เพราะนอกจากคู่แข่งโดยตรงจากธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนด้วยกันเองแล้ว ยังต้องเผชิญกับคู่แข่งทางอ้อม คือ โรงพยาบาลภาครัฐที่ปัจจุบันมีจำนวนกว่า 975 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งบางแห่งได้พัฒนาและปรับปรุงการบริการให้มีความสะดวกและมีคุณภาพมากขึ้น

จากจำนวนผู้ป่วยทั้งหมดที่มาใช้บริการที่โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 46.3 ล้านราย เป็นผู้ป่วยนอก 44.1 ล้านราย หรือร้อยละ 95.3 ที่เหลือเป็นผู้ป่วยใน 2.2 ล้านรายหรือร้อยละ 4.7 ของจำนวนผู้ป่วยทั้งสิ้น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยนั้น มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งที่ผู้ป่วยชาวต่างชาติเลือกมารักษาพยาบาลเป็นอันดับต้น ๆ ด้วยปัจจัยจากราคาค่าใช้จ่ายในการบริการที่ถูกกว่า ประกอบกับมาตรฐานการประกอบกิจการที่มีความน่าเชื่อถือตามหลักมาตรฐานสากล และคุณภาพที่สามารถแข่งขันได้กับประเทศเพื่อนบ้าน และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical tourism) มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนประมาณ 3 ล้านราย ในจำนวนนี้เป็นผู้มารับบริการที่เป็นผู้ป่วยนอกร้อยละ 95.2 และผู้มารับบริการเป็นผู้ป่วยในร้อยละ 4.8 [2]

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ รวมถึงนำผลการศึกษารั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแผนทางการตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับโรงพยาบาลต่างประเทศ และรองรับการให้บริการชาวต่างประเทศ เพื่อที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาด และการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการโดยรวม

#### (Total service quality)

คุณภาพ เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสที่เรียกว่า qualite ซึ่งมีมาจากคำในภาษาลาตินว่า qualitatem จาการากศัพท์ qualitas และจาก quails ที่แปลว่าใครหรืออย่างไร (Who, How) หรืออีกแนวคิดหนึ่งมาจากภาษากรีกที่เพลโต (Plato) นักปราชญ์ชาวกรีกใช้คือ TTOIOTNS [3] โดยคุณภาพที่มาจากภาษาละติน หมายถึง ของดี ของแพง ของหายาก ซึ่งวิวัฒนาการแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณภาพจะเกิดจาก 1) การตรวจสอบ (Inspection) 2) การควบคุมคุณภาพ (Quality control) 3) ค่ามาตรฐาน (Military standards) 4) การประกันคุณภาพ (Quality assurance: ISO9000) และ 5) การบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (Total quality management) ในปี ค.ศ. 1940 วิลเลียม เอ็ดเวิร์ด เดมมิ่ง (William Edwards Deming) ได้นำเทคนิคการสุ่มตัวอย่างทางสถิติมาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการสร้างคุณภาพในองค์กรและได้เขียนหนังสือเรื่อง Quality, Productivity and competitive position ในปี ค.ศ.

1961 อาร์มัน ไฟเกนบาม (Armand Fegenbaum) ได้คิดค้น Cost of quality ในปี ค.ศ. 1979 ฟิลลิป ครอสมบี้ (Philip Crosby) ได้เขียนหนังสือเรื่อง Quality without tears: The art of hassle-free management และในปี ค.ศ. 1987 สภาคองเกรส ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้จัดตั้งรางวัลคุณภาพแห่งชาติ มัลคอล์ม บัลดริจ (The Malcolm Baldrige National Quality Award : MBNQA) ต่อมาองค์กรทั่วโลกได้ใช้รูปแบบเกณฑ์รางวัลคุณภาพแบบบัลดริจ (MBNQA) เป็นเกณฑ์การวัดคุณภาพภายในองค์กรและเป็นที่ยอมรับใช้กันทั่วโลกซึ่งมี 7 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) ภาวะผู้นำผู้บริหาร 2) การวางแผนกลยุทธ์ 3) การมุ่งเน้นของลูกค้า 4) ระบบสารสนเทศ 5) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 6) การจัดการกระบวนการ และ 7) ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Economic Intelligence Center, 2012)

### แนวคิดการมุ่งเน้นตลาด

#### (Market orientation)

Slater & Narver (1995) [4] ได้ให้ความหมายการมุ่งเน้นตลาดว่าการเก็บข้อมูลทางการตลาด การเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด และการตอบสนองต่อตลาด เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานโดยตรง โดยมีตัวแปรสำคัญ ได้แก่ (1) การเก็บข้อมูลทางการตลาด ประกอบไปด้วย การทำวิจัยทางการตลาด มีการสอบถามแพทย์พนักงานของโรงพยาบาลบริษัทประกันภัยและผู้ใช้บริการ และมีการสอบถามคุณภาพการให้บริการที่ผ่าน (2) การเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด ประกอบไปด้วย การเผยแพร่จำนวนสถิติที่มารักษาพยาบาล การเผยแพร่แผนพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และการเผยแพร่เครื่องมือแพทย์และกระบวนการรักษาใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ (3) การตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย ความรวดเร็วในการพัฒนาการรักษาโรคใหม่ การตรวจสอบค่าบริการที่สูงอย่างผิดปกติ และการให้ความสำคัญต่อข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ

Cheng-Hua Wang, Kuan-Yu Chen & Shiu-Chun Chen (2012) [5] ได้กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาดถือเป็นการสื่อสารข้อมูลการให้บริการที่มีคุณภาพต่อตลาด

ภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงานโดยตรง ที่มีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ (1) เก็บข้อมูลทางการตลาด (2) การเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด และ (3) การตอบสนองของโรงพยาบาล

### แนวคิดนวัตกรรมทางการตลาด

#### (Marketing innovation)

Mari´ a Leticia Santos-Vijandea & Luis Ignacio A´ lvarez-González. (2007) [6] ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมทางการตลาดเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษาและการทำนายนการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในอนาคต กระแสแห่งความคิดซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการตลาด ปัจจุบันได้กล่าวถึงหลายแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม และเชื่อว่านวัตกรรมเป็นปรากฏการณ์ทางความคิดที่มุ่งหมายสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ถือเป็นกลยุทธ์ของโรงพยาบาลเอกชนในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด และ Kevin Zheng Zhou, Gerald Yong Gao, Zhilin Yang & Nan Zhou., (2005) [7] ได้แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) ประกอบไปด้วย การนำเครื่องมือแพทย์รุ่นใหม่มาใช้ในการให้บริการ การนำระบบออนไลน์มาให้บริการกับผู้ใช้บริการ 2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) ประกอบไปด้วย การพัฒนากระบวนการให้บริการ การออกแบบกระบวนการให้บริการที่หลากหลาย 3) นวัตกรรมการจัดการ (Management innovation) ประกอบไปด้วย มีการพัฒนาการจัดการการให้บริการใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา และมีการออกแบบการจัดการการให้บริการที่หลากหลาย

### แนวคิดการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน

#### (Performance of private hospitals)

การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนที่ดี ส่วนใหญ่จะมาจากการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นส่วนใหญ่ เพราะถ้าให้บริการที่ไม่มีคุณภาพ ย่อมทำให้ผู้รับบริการไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนให้ตกต่ำลง [8] การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนจะเป็นตัวพยากรณ์หรือตัวทำนายการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในอนาคตได้เช่นเดียวกัน

ซึ่งมีตัววัดการดำเนินงานอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ความสามารถทางการเงิน (Financial performance) วัดผลในด้านการตอบแทนในการลงทุน และกำไรของโรงพยาบาลเอกชน ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer satisfaction) วัดผลในด้านการรับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจในด้านการรักษาพยาบาลแล้ว มีอาการดีขึ้นหรือหายจากการเจ็บป่วย อัตราการเสียชีวิตลดลง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Lx Li (1997) [9] ได้วิจัยเรื่อง Relationships between Determinants of Hospital Quality Management and Service Quality Performance มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยของการจัดการคุณภาพของโรงพยาบาล โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหารโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและภาคเอกชนใน 3 เขตพื้นที่ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำผู้บริหารมีอิทธิพลทางอ้อม และการจัดการองค์กร ระบบสารสนเทศ และการพัฒนาบุคลากรมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพการดำเนินงานการบริการที่มีคุณภาพของโรงพยาบาลเอกชน

P.S. Raju & S.C. Lonial (2002) [10] ได้วิจัยเรื่อง The impact of service quality and marketing on financial performance in the hospital industry: an empirical examination พบว่า การมุ่งเน้นคุณภาพส่งผลต่อการมุ่งเน้นตลาด และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำเนินงานการบริการที่มีคุณภาพในอุตสาหกรรมโรงพยาบาลเอกชน

### สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อการมุ่งเน้นตลาด

สมมติฐานที่ 2: คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อนวัตกรรมทางการตลาด

สมมติฐานที่ 3: คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน

สมมติฐานที่ 4: การมุ่งเน้นตลาดมีผลต่อนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชน

สมมติฐานที่ 5: การมุ่งเน้นตลาดมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน

สมมติฐานที่ 6: นวัตกรรมทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน

### วิธีการวิจัย

1. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังเจ้าหน้าที่บริหารโรงพยาบาลเอกชนเพื่อให้ตอบตามประเด็นคำถาม โดยคำนวณขนาดการเก็บข้อมูลตามเทคนิคการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร กำหนดขนาด 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Observed variables) [11] ในโมเดลการวิจัยได้จำนวนผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 140 ราย แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด 207 ราย และผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับจากเจ้าหน้าที่บริหารโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 201 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 207 คน คิดเป็นร้อยละ 97.10 โดยสามารถเก็บข้อมูลได้มากที่สุดจากโรงพยาบาลขนาดเล็ก ที่มีเตียงผู้ป่วย 10 - 100 เตียง ในภาคกลาง จำนวน 110 แห่ง จากทั้งหมด 123 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 89.43

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ในสัดส่วนที่เท่ากันโดยจำแนกตามขนาดของโรงพยาบาลเอกชน ขนาดเล็กที่มีเตียงผู้ป่วย 10 - 100 เตียง ขนาดกลางที่มีเตียงผู้ป่วย 101 - 250 เตียง และขนาดใหญ่ที่มีเตียงผู้ป่วยมากกว่า 250 เตียง แบ่งออกเป็น 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้และภาคเหนือ และทำการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม การหาค่าความเที่ยงตรงโดยการทดสอบตามเทคนิค Index of item objective congruence (IOC) ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามมีค่า IOC มากกว่า 0.60 ทุกข้อ สำหรับการหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Alpha Coefficient ได้ความ

เชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.94 ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ที่คำนวณได้ต้องมากกว่า 0.80 ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สร้างขึ้นจากการศึกษากรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นวิธีการที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดการวิจัยเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา การดำรงตำแหน่งปัจจุบัน ขนาดของโรงพยาบาลภูมิภาคที่ตั้งของโรงพยาบาล และประเภทของโรงพยาบาล เป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

**ส่วนที่ 2** คุณภาพบริการโดยรวม ได้แก่ ภาวะผู้นำผู้บริหาร การตอบสนองต่อลูกค้า ระบบสารสนเทศทางการตลาด การตลาดภายใน และกระบวนการให้บริการ เป็นคำถามมาตราส่วนแบบ Likert Scale ชนิด 5 ระดับ

**ส่วนที่ 3** การมุ่งเน้นตลาด ได้แก่ การเก็บข้อมูลทางการตลาด การเผยแพร่ข่าวสารทางการตลาด และการตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพบริการ เป็นคำถามมาตราส่วนแบบ Likert Scale ชนิด 5 ระดับ

**ส่วนที่ 4** นวัตกรรมทางการตลาด ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดการ เป็นคำถามมาตราส่วนแบบ Likert Scale ชนิด 5 ระดับ

**ส่วนที่ 5** การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ ความสามารถทางการเงิน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นคำถามมาตราส่วนแบบ Likert Scale ชนิด 5 ระดับ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของเจ้าหน้าที่บริหารโรงพยาบาลเอกชนที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.70 อายุ 56 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.90 จบการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 46.52 ประชากรส่วนใหญ่บริหารโรงพยาบาลขนาดเล็กที่มีเตียงผู้ป่วย 10 - 100 เตียง คิดเป็นร้อยละ 53.62 รองลงมาบริหารโรงพยาบาลขนาดกลางที่มีเตียงผู้ป่วย 101 - 250 เตียง คิดเป็นร้อยละ 36.71 บริหารโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีเตียงผู้ป่วยมากกว่า 250 เตียง คิดเป็นร้อยละ 9.66 ตามลำดับ โรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในภาคกลาง คิดเป็น 59.42 และโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลรักษาโรคทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 89.68

**ตอนที่ 2** ผลการศึกษาคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาด และการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย พบว่า

2.1 คุณภาพบริการโดยรวมพบว่า ประชากรเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภาวะผู้นำผู้บริหาร ( $\bar{x} = 3.95$ ) การตอบสนองต่อลูกค้า ( $\bar{x} = 3.84$ ) ระบบสารสนเทศทางการตลาด ( $\bar{x} = 3.90$ ) การตลาดภายใน ( $\bar{x} = 3.78$ ) และกระบวนการให้บริการ ( $\bar{x} = 3.85$ )

2.2 การมุ่งเน้นตลาดพบว่า ประชากรเห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ การเก็บข้อมูลทางการตลาด ( $\bar{x} = 3.90$ ) การเผยแพร่ข่าวสารทางการตลาด ( $\bar{x} = 3.85$ ) และเห็นด้วยในระดับปานกลาง ได้แก่ การตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพบริการ ( $\bar{x} = 3.52$ )

2.3 นวัตกรรมทางการตลาดพบว่า ประชากรเห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ ( $\bar{x} = 3.85$ ) ด้านกระบวนการ ( $\bar{x} = 3.79$ ) และด้านการจัดการ ( $\bar{x} = 3.70$ )

2.4 การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า ประชากรเห็นด้วยในระดับมาก ได้แก่ ความสามารถทางการเงิน ( $\bar{x} = 3.95$ ) และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ( $\bar{x} = 3.90$ )

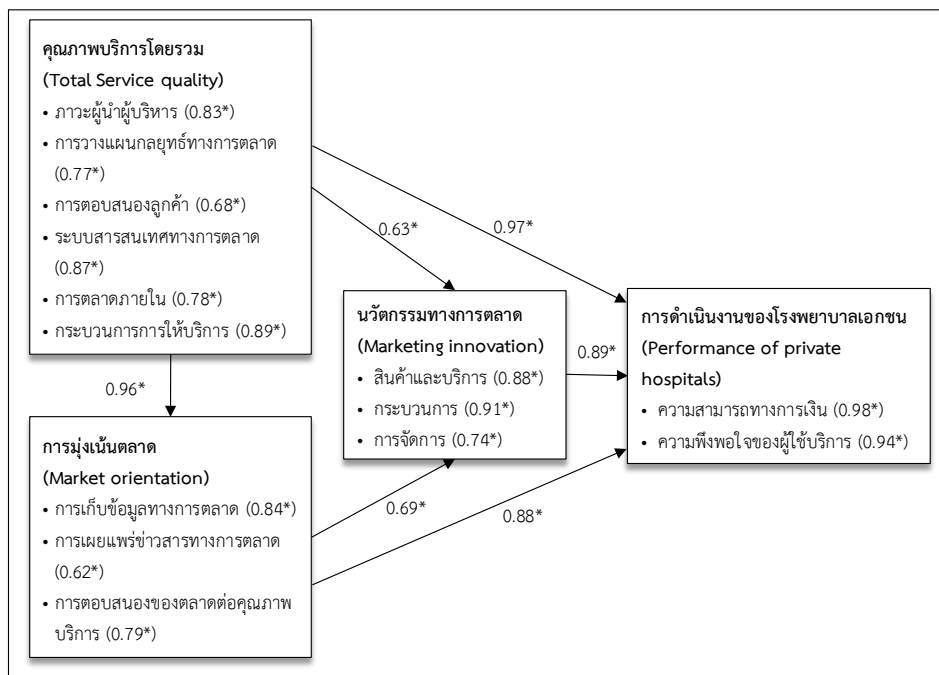
**ตอนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพบริการโดยรวม การ

มุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

### 3.1 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากสถิติประเมินความกลมกลืน

ของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ Chi-square = 209.857, df = 101, P = 0.077, GFI = 0.998, AGFI = 0.956, NFI = 0.987, IFI = 0.995, CFI = 0.930, RMR = 0.024, RMSEA = 0.022 ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลสมการโครงสร้างของคุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด นวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

### 3.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 คุณภาพบริการ

โดยรวมมีผลต่อการมุ่งเน้นตลาด พบว่า คุณภาพบริการโดยรวมมีผลทางตรงต่อการมุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ( $P < 0.05$ ) โดยมีความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.96 นั่นคือ ถ้าโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการนำคุณภาพบริการโดยรวมมาใช้มากขึ้นจะทำให้การมุ่งเน้นตลาดมากขึ้นด้วยสรุปได้ว่า คุณภาพบริการโดยรวมมีผลทางตรงต่อการ

มุ่งเน้นตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2** คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อนวัตกรรมทางการตลาด พบว่า คุณภาพบริการโดยรวมมีผลทางตรงต่อนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ( $P < 0.05$ ) โดยมีความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.63 นั่นคือ ถ้าโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการนำคุณภาพบริการโดยรวมมาใช้มากขึ้นแนวโน้มนวัตกรรมทางการตลาดจะมากขึ้น สรุปได้ว่า คุณภาพบริการโดยรวมมี

ผลทางตรงต่อนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3** คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า คุณภาพบริการโดยรวมมีผลทางตรงและมีผลทางอ้อมต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยผ่านนวัตกรรมทางการตลาดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ( $P < 0.05$ ) โดยมีความสัมพันธ์เป็นบวก ให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.97 (TE = 0.97; DE = 0.18, IE = 0.79) ถ้าโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการใช้คุณภาพบริการโดยรวมมากขึ้น แนวโน้มผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนจะมากขึ้น สรุปได้ว่าคุณภาพบริการโดยรวมมีผลทางตรงต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนและมีผลทางอ้อมผ่านนวัตกรรมทางการตลาด จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4** การมุ่งเน้นตลาดมีผลต่อนวัตกรรมทางการตลาดพบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงต่อนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ( $P < 0.05$ ) โดยมีความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.69 นั่นคือ ถ้าโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการนำการมุ่งเน้นตลาดมาใช้มากขึ้นแนวโน้มนวัตกรรมทางการตลาดจะมากขึ้น สรุปได้ว่าการมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงต่อนวัตกรรมทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ตารางที่ 3** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ความสัมพันธ์	ผลทดสอบ
H1: คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อการมุ่งเน้นตลาด	DE = 0.96*	ยอมรับ
H2: คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อนวัตกรรมทางการตลาด	DE = 0.63*	ยอมรับ
H3: คุณภาพบริการโดยรวมมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน	DE = 0.18* IE = 0.79*	ยอมรับ
H4: การมุ่งเน้นตลาดมีผลต่อนวัตกรรมทางการตลาด	DE = 0.69*	ยอมรับ
H5: การมุ่งเน้นตลาดมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน	DE = 0.24* IE = 0.64*	ยอมรับ
H6: นวัตกรรมทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน	DE = 0.89*	ยอมรับ

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5** การมุ่งเน้นตลาดมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงและมีผลทางอ้อมต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยผ่านนวัตกรรมทางการตลาดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ( $P < 0.05$ ) โดยมีความสัมพันธ์เป็นบวก ให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.88 (TE = 0.88; DE = 0.24, IE = 0.64) ถ้าโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการใช้การมุ่งเน้นตลาดมากขึ้น แนวโน้มผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนจะมากขึ้น สรุปได้ว่าการมุ่งเน้นตลาดมีผลทางตรงต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนและมีผลทางอ้อมผ่านนวัตกรรมทางการตลาด จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6** นวัตกรรมทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนพบว่า นวัตกรรมทางการตลาดมีผลทางตรงต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ( $P < 0.05$ ) โดยมีความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.89 นั่นคือ ถ้าโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการนำนวัตกรรมทางการตลาดมาใช้มากขึ้นจะทำให้การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนมากขึ้นด้วย สรุปได้ว่านวัตกรรมทางการตลาดมีผลทางตรงต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อภิปรายผล

การดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Lx Li (1997) [9] ได้วิจัยเรื่อง Relationships between Determinants of Hospital Quality Management and Service Quality Performance พบว่า มีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของโรงพยาบาล ประกอบด้วยการจัดการคุณภาพโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ของตัวแปรในระดับ  $R = 0.99$  การศึกษาในครั้งนี้ใช้เทคนิค Factor Analysis และหาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA)

ปัจจัยด้านคุณภาพบริการโดยรวมที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการให้บริการ (0.89) รองลงมา ได้แก่ ภาวะผู้นำผู้บริหาร (0.83) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ P.S. Raju & S.C. Lonial. (2002) [10] ได้วิจัยเรื่อง The impact of service quality and marketing on financial performance in the hospital industry: an empirical examination พบว่า กระบวนการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการทำงานของอุตสาหกรรมโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การเก็บข้อมูลทางการตลาด (0.84) รองลงมา ได้แก่ การตอบสนองของตลาดต่อคุณภาพ (0.79) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Slater & Narver (1995) [4] ได้วิจัยเรื่อง The Positive Effect of a Market Orientation on Business Profitability: A Balanced Replication พบว่าปัจจัยสำคัญในการมุ่งเน้นตลาด ได้แก่ การทำวิจัยทางการตลาด ที่ส่งผลต่อยอดขาย และกำไร

ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ กระบวนการ (0.91\*) รองลงมา ได้แก่ 0.88\* ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kevin Zheng Zhou, Gerald Yong Gaoa, Zhilin Yangb & Nan Zhou. (2005). [7] ที่ทำวิจัยเรื่อง Developing strategic orientation in China: antecedents and consequences of market and

innovation orientations พบว่า กระบวนการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญของนวัตกรรมทางการตลาดในการมุ่งสร้างกลยุทธ์ในประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์ของตัวแปรในระดับ  $R = 0.860$  การศึกษาในครั้งนี้ใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

ส่วนระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน พบว่าคุณภาพบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด (TE = 0.97\*) รองลงมา ได้แก่ นวัตกรรมทางการตลาด (DE = 0.89\*) และมีความสัมพันธ์น้อยที่สุด ได้แก่ การมุ่งเน้นตลาด (TE = 0.88\*) อาจเนื่องมาจากการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนจะได้นั้น เมื่อได้นำปัจจัยคุณภาพการบริการโดยรวม การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมทางการตลาดมาปรับใช้ ซึ่งทั้งสามปัจจัยนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงพยาบาล ระยะเวลาในการนำมาปรับใช้ และผลการดำเนินงานในปัจจุบันเทียบกับปีที่ผ่านมาด้วย

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

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



### เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). **รายงานสถิติประชากร และเคหะ**. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2557 จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/population.html>.
- [2] กระทรวงสาธารณสุข. (2557). **สถิติโรงพยาบาลรัฐบาล**. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข.
- [3] อนันต์ เตียวต้อย. (2551). **รูปแบบการบริหารคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล**. วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [4] Slater & Narver. (1995). Market orientation, and the learning organization. *Journal of Marketing*, 59 (July), 63-74
- [5] Cheng-Hua Wang, Kuan-Yu Chen & Shiu-Chun Chen. (2012). Total quality management, market orientation and hotel performance: The moderating effects of external environmental factors. *International Journal of Hospitality Management* 31: 119-129.
- [6] María Leticia Santos-Vijandea & Luis Ignacio Álvarez-González. (2007). Innovativeness and organizational innovation in total quality oriented firms: The moderating role of market turbulence. *Journal of Technovation*. 27: 514-532.
- [7] Kevin Zheng Zhou, Gerald Yong Gao, Zhilin Yang & Nan Zhou. (2005). Developing strategic orientation in China: antecedents and consequences of market and innovation orientations. *Journal of Business Research*. 58: 1049- 1058.
- [8] เขียวภา ปฐมศิริกุล. (2552). **กลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- [9] Lx Li. (1997). Relationships Between Determinants of Hospital Quality Management and Service Quality Performance – A Path analytic Model. *Journal of Management*. 25(5).
- [10] P.S. Raju & S.C. Lonial. (2002). The impact of service quality and marketing on financial performance in the hospital industry: an empirical examination. *Journal of Retailing and Consumer Service*. 335-348.
- [11] กัลยา วาณิชบัญชา. (2557). **การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ด้วย AMOS**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย