

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันเศรษฐกิจไทยมีภาวะที่ชะลอตัวลง เนื่องจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศในช่วงปลายปี 2549 เป็นต้นมา และในปี 2551 ยังเกิดภาวะวิกฤตการเงินของโลกซึ่งยิ่งซ้ำเติมทำให้เศรษฐกิจไทยตกต่ำต่อเนื่อง ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2551 เติบโตเพียง 2.6% และติดลบ 2.3% ในปี 2552 แม้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) คาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2553 จะเติบโต 3.5-4.5% แต่อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าจากปัจจัยทางการเมืองภายในประเทศที่มีความอ่อนไหว และมีความเสี่ยงที่จะนำไปสู่สถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจได้นั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและความรุนแรงของเหตุการณ์ ซึ่งเหตุการณ์รุนแรงทางการเมืองจะสร้างความสูญเสียทางเศรษฐกิจ ผ่านผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยว การลงทุน การใช้จ่ายของผู้บริโภค รวมถึงเม็ดเงินเบิกจ่ายงบประมาณของรัฐที่อาจล่าช้าออกไป โดยในกรณีเลวร้าย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อาจหายไปมากกว่าร้อยละ 1.0 นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด ได้แก่ ความคืบหน้าในการแก้ไขปัญหาบาทพุด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2553: ออนไลน์)

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประกอบกับการแข่งขันกันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่มีความรุนแรงเนื่องจากมีโรงพยาบาลจำนวนมากและแต่ละโรงพยาบาลยังมีจำนวนเตียงที่ว่างอยู่ จากการสำรวจของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ณ สิ้นปี 2552 มีการบันทึกรายงานว่า โรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีเตียงรับผู้ป่วยไว้ค้างคืนมีทั้งสิ้นจำนวน 42 แห่งในจำนวนนี้เป็นโรงพยาบาลเอกชนประเภททั่วไป จำนวน 11 แห่ง มีจำนวน 1,565 เตียง โดยโรงพยาบาลแมคคอร์มิคเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ขนาดใหญ่ที่สุด จำนวน 400 เตียง หรือร้อยละ 25.56 รองลงมาคือโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม จำนวน 220 เตียง หรือร้อยละ 14.06 และโรงพยาบาลลานนาเป็นลำดับที่ 3 มีจำนวน 180 เตียง หรือร้อยละ 11.50 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2552)

โรงพยาบาลลานนาเป็นโรงพยาบาลเอกชน ขนาด 180 เตียงตั้งอยู่เลขที่ 1 ถนนสุขเกษม ตำบลป่าตัน แขวงนครพิงค์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2519 เจ้าของคือ บริษัทเชียงใหม่รามธุรกิจการแพทย์จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2537 ทุนจดทะเบียน 180,000,000 บาท และในปี

2550 กลุ่มรามาแห่งได้เข้าถือหุ้นใหญ่ของบริษัทเชียงใหม่รวมธุรกิจการแพทย์จำกัด (มหาชน) ทำให้ขณะนี้กลุ่มรามาแห่ง มีอำนาจบริหาร โรงพยาบาลเอกชน 4 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ โรงพยาบาลเชียงใหม่รามา โรงพยาบาลลานนา โรงพยาบาลเทพปัญญา และโรงพยาบาลช้างเผือก โดยแต่ละโรงพยาบาลต่างเป็นศูนย์กำไร (Profit center) ดังนั้นจึงเป็นทั้งคู่แข่งกันและเป็นหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลลานนาเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2552 มีรายได้รวม 504.56 ล้านบาทและมีกำไรสุทธิ 51.81 ล้านบาท เมื่อพิจารณาโครงสร้างรายได้ปี 2552 พบว่ามีรายได้จากผู้ป่วยในทั่วไปมากที่สุดเป็นเงิน 231.92 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.96 ของรายได้รวม มีรายได้จากผู้ป่วยนอกทั่วไป 136.54 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.06 มีรายได้จากสำนักงานประกันสังคม 131.67 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.10 และมีรายได้อื่นๆ 4.43 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.88 (โรงพยาบาลลานนา, 2553 ก)

ถึงแม้ผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลลานนาเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่พบว่าผู้ป่วยและญาติมีการร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะส่วนใหญ่นักเป็นผู้ป่วยใน ปี 2552 มีผู้ป่วยในเขียนใบร้องเรียน 220 ราย จากจำนวนผู้ป่วยในทั้งหมด 11,341 ราย เนื่องจากโรงพยาบาลลานนาไม่มีการสำรวจความพึงพอใจ จึงไม่ทราบว่ามีการให้บริการ (ผู้ป่วยและญาติ) มีความพึงพอใจระดับใด มีปัจจัยอะไรบ้างที่ไม่พึงพอใจหรือมีความพึงพอใจในระดับต่ำ โดยเฉพาะกลุ่มผู้รับบริการที่ไม่ได้เขียนใบร้องเรียน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงคุณภาพบริการเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการให้มีความพึงพอใจมากขึ้น เมื่อเจ็บป่วยมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำคนรู้จักให้มาใช้บริการ นอกจากนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของโรงพยาบาลลานนาต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา

2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์การตลาดของโรงพยาบาลลานนา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

#### **นิยามศัพท์**

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคนๆนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการได้รับบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ ในที่นี้จะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงพยาบาลลานนา

**ผู้รับบริการ** หมายถึง ผู้ป่วยหรือผู้ดูแลผู้ป่วยที่มีอำนาจตัดสินใจในการมารับบริการรักษาพยาบาล ณ แผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ด้าน ของโรงพยาบาลลานนาที่ใช้ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

**แผนกผู้ป่วยในทั่วไป** หมายถึง แผนกที่ให้บริการแก่ผู้มารับบริการรักษาพยาบาลที่เป็นผู้ป่วยทั่วไปที่พักรักษาตัวในโรงพยาบาล ซึ่งประกอบด้วย หอผู้ป่วย 3A, หอผู้ป่วย 4A, หอผู้ป่วย 3B, หอผู้ป่วย 4B