

## ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม Customer Loyalty Towards Chiangmai Ram Hospital

กรรณิการ์ ชมภูเทศ\* และอรชร มณีสงฆ์\*\*

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม โดยใช้การเก็บข้อมูลข้อมูลจากผู้รับบริการที่เป็นผู้ป่วยใน หรือญาติ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกสถานพยาบาล ของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ทั้งหมดจำนวน 402 คน โดยประกอบด้วย ผู้ป่วยในจำนวน 6 วรรต โดยแบ่งตามกลุ่มลูกค้า 2 กลุ่มคือ วรรตผู้ใหญ่ จำนวน 201 ชุด และวรรตเด็ก จำนวน 201 ชุด โดยใช้แบบสอบถามที่ประยุกต์จากความพึงพอใจ 5 มิติของ SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry และ ความภักดีของ Gomez, Arranz and Cillan, 2006: Chaudhuri and Holbrook, 2001 และศิริมาภรณ์ สิทธิชัยและสิญจาร ขุนอ่อน ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและยอมรับได้ ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ใช้สถิติ Independent Sample T-test และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One-Way ANOVA) ในการหาความแตกต่างของข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความ พึงพอใจ และความภักดี ซึ่งสรุปผลการศึกษาดังนี้

การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าเป็นญาติหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกสถานพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 55.0 เป็นเพศหญิงร้อยละ 67.2 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.7 มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 38.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.6 มีสิทธิการรักษาประกันชีวิตคิดเป็นร้อยละ 66.9 และจำนวนครั้งในการเข้ารับบริการ 5-6 ครั้งภายในสามปีที่ผ่านมา

ผลการศึกษาความพึงพอใจมีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมระดับมากที่สุดในทุกปัจจัยคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับ และมีความแตกต่างกันตามหน่วยงานที่เข้ารับบริการ และสิทธิการรักษา ส่วนรายได้ และจำนวนครั้งในการเข้ารับบริการไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาความภักดีด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ มีระดับความภักดีมากที่สุด โดยพบว่า หน่วยงานที่เข้ารับบริการ สิทธิการรักษา รายได้ และจำนวนครั้งในการเข้ารับบริการแตกต่างกัน

### ABSTRACT

The independent study aimed to evaluation of Customer Loyalty towards Chiangmai Ram hospital. The subjects for this independent study consisted of 402 personnel including 6 wards, dividing into 2 groups are 201 for the adult ward and 201 for the pediatric ward. The data was collected from 5 dimension satisfaction questionnaire of SERVQUAL of Parasuraman, Zeithaml and Berry, Gomez's royalty, Cillan, 2006: Chaudhuri and Holbrook, 2001 and Simaporn Sittichai and Siyathorn Khunon test for confidence of the questionnaire. The data analyzed was getting high credibility, acceptableresult and has been analyzed with

\*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\*รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

statistical values include frequency, percentage and average by using statistic Independent Sample T-test and use F-test one-way variable analysis (One-Way ANOVA) in the way to finding differences in data on demographic characteristics, satisfaction, and loyalty.

The result of the study showed that most of the personnel were decision-makers or their relatives have Chosen hospital 55.0% were female, 67.2% were between 31-40 years old, 36.3% were got bachelor degree, 53.7% had private business, 38.3% had income amount 20,001-40,000 THB, 27.6% had health insurance, 66.9% times to visit in hospital service within 5-6 times in the last 3 years.

The results of the satisfaction study showed that the level got the highest level of satisfaction for 5 factors quality service in 5 aspects. The highest satisfaction levels are credibility, confidence, fastest service, customer understanding, customer certitude and materialization of service and difference of corporation and treatment claim and income per times to use service seem no difference.

The study result of royalty in behavior and attitude got highest royalty, also found that department, treatment claim, income and time to visits seem difference.

## บทนำ

จากข้อมูลกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขพบว่าปี 2558 ประเทศไทยมีโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 343 แห่งเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีจำนวน 321 แห่ง โดยประมาณ 40% อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ด้านจำนวนเตียงเพิ่มขึ้นจาก 3.3 หมั่นเตียงมาเป็น 3.5 หมั่นเตียงในช่วงเดียวกัน (พลสุข นิลกิจศรานนท์, 2560) ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนได้รับแรงจูงใจผ่านมาตรการภาษีจากภาครัฐจึงมีการลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเด่นชัดขึ้นโดยโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพขยายขนาดอย่างรวดเร็วผ่านการซื้อหรือควบรวมกิจการและการเปิดกิจการในเครือทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเฉพาะเมืองสำคัญตามแนวชายแดน รวมถึงมีการซื้อหุ้นของโรงพยาบาลเอกชนรายใหญ่อื่นๆ เพื่อลงทุนและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งส่วนหนึ่งเพื่อรองรับผู้ป่วย จากประเทศเพื่อนบ้านหลังรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ตลอดจนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยอย่างต่อเนื่องตามนโยบายการเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Medical Hub of Asia) ทำให้เกิดกลุ่มโรงพยาบาลขนาดใหญ่ขึ้นหลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ กลุ่มโรงพยาบาลธนบุรี และกลุ่มโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ เป็นต้น เห็นได้ว่าธุรกิจโรงพยาบาลในประเทศไทยได้มีการเติบโตในแง่ของปริมาณอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นโอกาสที่ทำให้ผู้บริโภคที่มีฐานะสามารถเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลต่างๆ ได้มากขึ้นกว่าเดิม

โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม มีขนาด 220 เตียง ตั้ง อยู่เลขที่ 8 ถนนบุญเรืองฤทธิ์ ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในกลุ่มเครือรามคำแหง เริ่มเปิดดำเนินการตั้งแต่ ปี 2536 มีพื้นที่ดูแลสุขภาพประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใน ภาคเหนือ มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบได้แก่การให้บริการสาธารณสุขในระดับตติยภูมิ (Tertiary Medical Care) โดยให้บริการทั้งในด้านการส่งเสริมสุขภาพการป้องกันโรค การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสภาพ รวมทั้งการให้บริการแก่ผู้ป่วยที่ต้องการแพทย์ที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะทาง ซึ่งส่งต่อมาจากโรงพยาบาลในเครือหรือโรงพยาบาลทั่วไป ทั้งภาครัฐและเอกชน ทางโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม มีผลการดำเนินงานดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนรายรับของผู้ป่วยในมีมากกว่ารายรับของผู้ป่วยนอกดังนี้ (โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ปี 2558-2560)

รายรับ (บาท)	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
สัดส่วนรายรับผู้ป่วยนอกต่อรายรับผู้ป่วยใน(%)	38 : 62	38 : 62	39 : 61
จำนวนผู้ป่วยใน (คน)	62,340	69,312	66,540

โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) จากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นมาตรฐานการรักษายาบาลระดับสากล โรงพยาบาลเชียงใหม่ รามได้มีการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพด้านการรักษายาบาล และการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนรายรับจากผู้ป่วยในมีอัตราสูงกว่ารายรับผู้ป่วยนอก ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับโรงพยาบาลค่อนข้างสูง ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาหาคำตอบว่าลูกค้ากลุ่มผู้ป่วยในมีความภักดีต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามหรือไม่ และจากการให้บริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ภาพรวมในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ป่วยในปี 2558-2560 จำนวน 62,340 , 69,312 และ 66,540 รายต่อปีตามลำดับ (โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ปี 2558-2560, 2560: แฟ้มข้อมูล) ทั้งนี้ในปี 2560 จำนวนผู้ป่วยในลดลงจากปี 2559 ร้อยละ 4 ซึ่งพบว่าในช่วงเวลาดังกล่าว ได้มีโรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่จากส่วนกลางได้เข้ามาเปิดดำเนินการที่จังหวัดเชียงใหม่ จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ป่วยมีทางเลือกในการตัดสินใจเข้ารับบริการได้ และจากสถิติผลการประเมินตัวชี้วัดด้านการมุ่งเน้นผู้ป่วยและผู้รับผลงานของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม พบว่าอัตราความพึงพอใจผู้ป่วยใน ปี 2558 - 2560 คิดเป็นร้อยละ 72.99 , 90.86 และ 92.00 ตามลำดับซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่โรงพยาบาลตั้งไว้ ร้อยละ 80 (แบบประเมินตนเองของโรงพยาบาล เชียงใหม่ ราม, 2560) พบว่ามีการเพิ่มขึ้นทั้งความพึงพอใจของผู้รับบริการและจำนวนของผู้ป่วยที่เข้ามาใช้บริการในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดของขอบเขตเนื้อหาของการศึกษา ความพึงพอใจ 5 มิติ ของSERVQUAL โดยประกอบด้วย มิติที่1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ มิติที่2) ความเชื่อถือไว้วางใจ มิติที่3) การตอบสนองต่อลูกค้า มิติที่4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มิติที่5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ความภักดีของลูกค้าปัจจุบันของโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามว่ามีความภักดีต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามในลักษณะใดและการศึกษาความภักดีต่อธุรกิจโดยดัดแปลงจากกรอบแนวคิดการวัดความภักดีของลูกค้า ศิมาภรณ์ สิทธิชัย และสิญญาธร ขุนอ่อน (2558)โดยประกอบด้วย 2 ปัจจัยคือ 1) ความภักดีด้านพฤติกรรมของลูกค้า และ 2) ความภักดีด้านทัศนคติของลูกค้าแบ่งเป็นความภักดีด้านทัศนคติ และความภักดีด้านพฤติกรรม ใช้มาตรวัด Likert scale (ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์, 2554)



## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ และการเปรียบเทียบค่าสถิติทดสอบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมระดับมากที่สุดในทุกปัจจัยคุณภาพบริการ คือ 4.34 โดยปัจจัยทั้ง 5 ด้าน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับ

สำหรับค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวม จำแนกตามหน่วยงานที่มารับบริการคือ วอร์ดผู้ใหญ่ และวอร์ดเด็กพบว่า วอร์ดเด็กมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.51 ส่วนวอร์ดผู้ใหญ่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาก 4.20 เมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

**ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)** พบว่า ปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ โดยพบว่า แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ ได้รับการกล่าวถึง หรือแสดงออกว่ามีความรู้ความสามารถประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางอย่างดี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเท่ากับ 4.43 ส่วนข้อเจ้าหน้าที่ทั่วไป (เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่ศูนย์เช็คสิทธิ์) มีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษา และดูแลท่านเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดเท่ากับ 4.33

**ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness)** พบว่า ปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ โดยพบว่า โรงพยาบาลจัดเตรียมแพทย์เฉพาะทางในแต่ละสาขาและบุคลากรด้านอื่นๆ ได้เพียงพอสำหรับในการดูแลรักษา ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเท่ากับ 4.42 ส่วนข้อโรงพยาบาลมีกระบวนการทำงานที่ต่อเนื่อง และรวดเร็วในการให้บริการทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการรักษา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดเท่ากับ 4.34

**ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)** พบว่า ปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดสามข้อ และความพึงพอใจมากหนึ่งข้อ โดยพบว่า แพทย์และบุคลากรปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการที่ปลอดภัย มีมาตรฐานสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเท่ากับ 4.47 ส่วนข้อระบบการคิดค่าบริการ ถูกต้องรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดเท่ากับ 4.18

**ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)** ปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดสองข้อ และความพึงพอใจมากหนึ่งข้อ โดยพบว่า โรงพยาบาลมีอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยคุณภาพต่างๆ มากมาย ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเท่ากับ 4.43 ส่วนข้อไม่มีโรงพยาบาลอื่นที่ดีไปกว่านี้ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดเท่ากับ 4.03

**ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)** พบว่า ปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดทุกข้อ โดยพบว่า แพทย์และบุคลากรให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ป่วยอย่างเสมอภาคค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเท่ากับ 4.42 ส่วนข้อแพทย์และบุคลากรให้การดูแลเปรียบเสมือนคนในครอบครัว มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรองลงมาเท่ากับ 4.36

## ส่วนที่ 3 ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าสถิติระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตาม หน่วยงานที่เข้ารับบริการ รายได้ สิทธิการรักษา จำนวนครั้งในการใช้บริการ

การวิเคราะห์ความแตกต่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ หน่วยงานที่เข้ารับบริการ รายได้ สิทธิการรักษา จำนวนครั้งในการใช้บริการ กับระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สรุปได้ดังนี้

สำหรับความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านหน่วยงานที่เข้ารับบริการ กับระดับความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อ โดยวอร์ดเด็กมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าวอร์ดผู้ใหญ่

สำหรับความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน กับระดับความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน พบว่าไม่แตกต่างกัน

สำหรับความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสิทธิการรักษา กับระดับความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน พบว่าแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อ โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสิทธิข้าราชการ/เบิกตรง/รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยความพึงใจมากกว่า สิทธิประกันชีวิต และชำระเงินเอง

สำหรับความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความถี่ในการใช้บริการ กับระดับความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน พบว่าไม่แตกต่างกัน

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับระดับความภักดี และการเปรียบเทียบค่าสถิติความภักดีของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม

**ความภักดีด้านพฤติกรรม** ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด 4.30 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามได้แนะนำให้คนในครอบครัวญาติและผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก เคยให้การแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการเชียงใหม่ ราม โดยสื่อผ่านสื่อสมัยใหม่ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม เป็นต้น เคยมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม มากกว่าหนึ่งครั้งตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมาก ได้แก่ ทำนมีการแชร์ภาพ ความสะดวกสบาย ความพอใจต่างๆ ที่ได้รับจากเชียงใหม่ รามระหว่างการพักรักษาตัวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อการสื่อสารสมัยใหม่ ในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความภักดีด้านพฤติกรรมกับหน่วยงานที่เข้ารับบริการ พบว่าออร์เดียมมีค่าเฉลี่ยความภักดีมากกว่า วอร์ดผู้ใหญ่

**ความภักดีด้านทัศนคติ** ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด 4.34 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามอย่างแน่นอน มีความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม เป็นอย่างมาก เมื่อเจ็บป่วย หรือคนในครอบครัวเจ็บป่วย จะเลือกใช้บริการที่ โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม เป็นอันดับแรก ยังคงไว้วางใจ และจะใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามอยู่แม้ทางโรงพยาบาลจะมีค่าบริการรักษาสูงกว่าแห่งอื่น จะยังคงใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามอยู่แม้จะมีโรงพยาบาลเอกชนอื่นๆ มาเปิดให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นทางเลือกอื่นๆ ตามลำดับ

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความภักดีด้านทัศนคติกับหน่วยงานที่เข้ารับบริการ พบว่าออร์เดียมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่า วอร์ดผู้ใหญ่

#### ส่วนที่ 5 ข้อมูลการเปรียบเทียบค่าสถิติระดับความภักดีของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามรายได้ สิทธิการรักษา จำนวนครั้งในการใช้บริการ หน่วยงานที่เข้ารับบริการ และความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ความแตกต่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ หน่วยงานที่เข้ารับบริการ รายได้ สิทธิการรักษา จำนวนครั้งในการใช้บริการ กับระดับความภักดีของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม สรุปได้ดังนี้

##### ความภักดีกับปัจจัยด้านหน่วยงานที่เข้ารับบริการ

ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านหน่วยงานที่เข้ารับบริการ กับระดับความภักดีด้านพฤติกรรม พบว่ามีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อ โดยออร์เดียมมีค่าเฉลี่ยความภักดีมากกว่าวอร์ดผู้ใหญ่ ส่วนระดับความภักดีด้านทัศนคติ พบว่า มีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อ โดยออร์เดียมมีค่าเฉลี่ยความภักดีมากกว่าวอร์ดผู้ใหญ่

### ความภักดีกับปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับระดับความภักดีด้านพฤติกรรม พบว่ามีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ปัจจัยย่อยเรื่อง การแนะนำให้คนในครอบครัวญาติและผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 40,001-80,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความภักดีมากที่สุดคือ 4.52 ส่วนระดับความภักดีด้านทัศนคติ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกข้อ

### ความภักดีกับปัจจัยด้านสิทธิการรักษา

ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสิทธิการรักษา กับระดับความภักดีด้านพฤติกรรม พบว่ามีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ปัจจัยย่อยเรื่อง การแนะนำให้คนในครอบครัวญาติและผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก และมีการแชร์ภาพความสะดวกรสบายความพอใจผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสิทธิข้าราชการ/เบิกตรง/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความภักดีมากที่สุด รองลงมาคือผู้ที่มีสิทธิเบิกประกันชีวิต และชำระเงินเอง ตามลำดับ ส่วนระดับความภักดีด้านทัศนคติ พบว่า มีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ปัจจัยย่อย เรื่อง ท่านยังคงไว้วางใจและจะใช้บริการอยู่แม้จะมีค่าบริการสูงกว่าแห่งอื่น ยังคงใช้บริการแม้จะมีโรงพยาบาลอื่นเป็นทางเลือก ท่านเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการให้บริการเป็นอย่างมาก โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสิทธิข้าราชการ/เบิกตรง/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยความภักดีมากที่สุด รองลงมาคือผู้ที่มีสิทธิเบิกประกันชีวิต และชำระเงินเอง ตามลำดับ

### ความภักดีกับปัจจัยด้านความถี่ในการใช้บริการ

ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความถี่ในการใช้บริการ กับระดับความภักดีด้านพฤติกรรม พบว่ามีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ปัจจัยย่อยเรื่อง ท่านหรือผู้ป่วยรายนี้เคยมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม มากกว่าหนึ่งครั้ง และท่านได้แนะนำให้คนในครอบครัวญาติและผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก ส่วนระดับความภักดีด้านทัศนคติ พบว่า มีความแตกต่างกันของค่าเฉลี่ยความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ปัจจัยย่อย เรื่อง เมื่อท่านหรือคนในครอบครัวเจ็บป่วยจะเลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก โดยผู้ที่เคยมาใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยความภักดีสูงกว่า ผู้ที่มาใช้บริการ 1-4 ครั้ง

## การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม โดยใช้แนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่พบว่า มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลเปรียบเทียบได้ ดังนี้

**ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ** มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.39 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ ได้รับการกล่าวถึง หรือแสดงออกว่ามีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเฉพาะทางอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยาลักษณ์ ปทุมมาสูตร (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการให้บริการที่ผู้บริโภคได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ที่มีต่อสถานบริการทางการแพทย์เอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานคุณภาพการบริการในระดับสากลจากสถาบัน ระหว่างประเทศ (JCI) ซึ่งมีระดับความ พึงพอใจใจมาก เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน โดยศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ

และปาร์ยทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) ใช้กลุ่มตัวอย่างในหน่วยงานเวชศาสตร์ฟื้นฟูของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพฯ ส่วนการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ป่วยในที่ต้องนอนโรงพยาบาล

**ความพึงพอใจด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว** มีค่าเฉลี่ย 4.38 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ โรงพยาบาลจัดเตรียมแพทย์เฉพาะทางในแต่ละสาขา และบุคลากรด้านอื่นๆ ได้เพียงพอสำหรับการดูแลรักษา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยาลักษณ์ ปทุมมาสูตร (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ และปาร์ยทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการให้บริการที่ผู้บริโภครับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ที่มีต่อสถานบริการทางการแพทย์เอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานคุณภาพการบริการในระดับสากลจากสถาบัน ระหว่างประเทศ (JCI) ซึ่งมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดกลุ่มตัวอย่างมีข้อจำกัดในด้านสถานที่แตกต่างกันกับการศึกษาครั้งนี้

**ความพึงพอใจ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า** มีค่าเฉลี่ย 4.28 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ แพทย์และบุคลากรปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการที่ปลอดภัย มีมาตรฐาน สร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยาลักษณ์ ปทุมมาสูตร (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ และปาร์ยทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการให้บริการที่ผู้บริโภครับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ที่มีต่อสถานบริการทางการแพทย์เอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานคุณภาพการบริการในระดับสากลจากสถาบัน ระหว่างประเทศ (JCI) เนื่องจากโรงพยาบาล ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล JCI ซึ่งเน้นถึงความปลอดภัยของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทำให้การทำงานมีมาตรฐาน เป็นขั้นตอน จึงสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ

**ความพึงพอใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ** มีค่าเฉลี่ย 4.28 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ โรงพยาบาลมีอุปกรณ์ และเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยคุณภาพต่างๆ มากมาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยาลักษณ์ ปทุมมาสูตร (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม และไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ และปาร์ยทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการให้บริการที่ผู้บริโภครับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ที่มีต่อสถานบริการทางการแพทย์เอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานคุณภาพการบริการในระดับสากลจากสถาบัน ระหว่างประเทศ (JCI) ที่ระดับความพึงพอใจมากที่สุด การศึกษามีความแตกต่างด้านสถานที่ของโรงพยาบาลและลักษณะการจัดระบบบริการที่แตกต่างกัน

**ความพึงพอใจ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า** มีค่าเฉลี่ย 4.39 ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่พึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ แพทย์และบุคลากรให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ป่วยอย่างเสมอภาค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรรยาลักษณ์ ปทุมมาสูตร (2559) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยใน ต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ และปาร์ยทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการให้บริการที่ผู้บริโภครับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ที่มีต่อสถานบริการทางการแพทย์เอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับด้านมาตรฐานคุณภาพการบริการในระดับสากลจากสถาบัน ระหว่างประเทศ (JCI)



### ความภักดีด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติของลูกค้าต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม

ผลการศึกษาพบว่าความภักดีด้านพฤติกรรม ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด หากมีความภักดีสูงลูกค้าจะมีการแนะนำให้คนในครอบครัว ญาติและผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก ส่วนด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดโดยลูกค้ามีความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม อย่างแน่นอน และมีความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม เป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Aker (2014) ที่ว่าความจงรักภักดีต่อตราสินค้า คือ ความพึงพอใจที่สม่ำเสมอและมีความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ โดยจะใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ อย่างสม่ำเสมอในอนาคต และสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml , Berry and Parasuman (1996) อ้างถึงในคิมภรณ์ สิทธิชัย และสิริญาธร ชุนอ่อน (2558) หากลูกค้ามีความภักดีจะมีพฤติกรรมการบอกต่อหรือแนะนำเพื่อให้บุคคลอื่นๆ สนใจใช้บริการด้วย

### ข้อค้นพบ

ผู้ศึกษา ค้นพบสิ่งที่ได้จากการศึกษา เรื่อง ความภักดีของลูกค้าต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ทั้งในด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ ดังนี้

**ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ** พบว่าวอร์ดเด็กมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่าวอร์ดผู้ใหญ่ในทุกปัจจัย ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสิทธิการรักษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกปัจจัย

**ความภักดีด้านพฤติกรรม** ประกอบไปด้วย เคยมาใช้บริการมากกว่าหนึ่งครั้ง การบอกต่อ ปากต่อปาก การบอกต่อผ่านอินเทอร์เน็ต และการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม วอร์ดเด็กมีค่าเฉลี่ยระดับความภักดีมากกว่าวอร์ดผู้ใหญ่ในทุกปัจจัยย่อย โดยจะเคยมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม มากกว่าหนึ่งครั้ง และจะแนะนำให้คนในครอบครัวญาติ และผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก เคยแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม โดยสื่อผ่านสื่อสมัยใหม่ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อีเมล ทรูแกรม เป็นต้น มีการแชร์ภาพ ความสะดวกสบาย ความพอใจต่างๆ ที่ได้รับจากโรงพยาบาล ระหว่างการพักรักษาตัวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสารสมัยใหม่ ในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก สำหรับผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-80,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับความภักดีมากกว่ากลุ่มรายได้อื่น โดยจะมีการแนะนำให้คนในครอบครัวญาติ และผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก สำหรับผู้ที่มีสิทธิข้าราชการ/เบิกตรง/รัฐวิสาหกิจจะมีค่าเฉลี่ยระดับความภักดีมากกว่ากลุ่มสิทธิการรักษาอื่น โดยจะแนะนำให้คนในครอบครัวญาติ และผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก และแชร์ภาพความสะดวกสบายความพอใจต่างๆ ที่ได้รับจากโรงพยาบาลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับผู้ที่มาใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไปจะแนะนำให้คนในครอบครัวญาติ และผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก

**ความภักดีด้านทัศนคติ** ประกอบไปด้วย ความตั้งใจมาใช้บริการในอนาคต ต้องการใช้บริการแม้จะราคาสูงกว่าการเป็นทางเลือกแรก ความชอบแม้จะมีทางเลือกอื่น และความมีประสิทธิภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวอร์ดเด็กค่าเฉลี่ยระดับความภักดี มากกว่าวอร์ดผู้ใหญ่ในทุกปัจจัยย่อย มีความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม อย่างแน่นอน มีความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพการให้บริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม เป็นอย่างมาก เมื่อ คนในครอบครัวเจ็บป่วย จะเลือกใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม เป็นอันดับแรก ยังคงไว้วางใจ และจะใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่

รามอยู่แม้ทางโรงพยาบาล จะมีค่าบริการรักษาสูงกว่าแห่งอื่น ยังคงใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามอยู่แม้จะมีโรงพยาบาลเอกชนอื่นๆ มาเปิดให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นทางเลือกอื่นๆ

สำหรับผู้ที่มีสิทธิข้าราชการ/เบิกตรง/รัฐวิสาหกิจ เชื่อมันในประสิทธิภาพการให้บริการเป็นอย่างมาก ยังคงใช้บริการแม้จะมีโรงพยาบาลอื่นเป็นทางเลือก ยังคงไว้วางใจและจะใช้บริการอยู่แม้จะมีค่าบริการสูงกว่าแห่งอื่นโดยมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

สำหรับผู้ที่มาใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไปที่มาใช้บริการภายใน 3 ปี จะเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามเป็นอันดับแรก หากตนเองหรือคนในครอบครัวเจ็บป่วย

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ กับความภักดีของลูกค้า พบว่า หากลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการก็จะส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารยทิพย์ ธนาภิกุลพานนท์ (2554)

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง ความภักดีของลูกค้าต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามมีข้อเสนอแนะดังนี้

**ปัจจัยความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ** การศึกษาพบว่าในภาพรวมระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในทุกปัจจัยคุณภาพบริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการก็จะส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ดี อย่างไรก็ตามการศึกษายังมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ตามกลุ่มต่างๆ เช่น วอร์ดเด็กมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่าวอร์ดผู้ใหญ่ในทุกปัจจัย ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า หรือกลุ่มที่มีสิทธิการรักษาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกันในทุกปัจจัย สิ่งเหล่านี้ ทางผู้บริหารโรงพยาบาลควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงจุดอ่อนทางด้านคุณภาพบริการเพื่อจะได้ปรับปรุงต่อไปในอนาคต

**ข้อเสนอแนะสำหรับด้าน ความภักดีด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ** หากลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ก็จะส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม หากโรงพยาบาลสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างยั่งยืนก็จะส่งผลต่อความภักดีในระยะยาว อันจะเกิดผลให้เกิดความภักดีด้านพฤติกรรม และความภักดีด้านทัศนคติเชิงบวก ส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำที่สม่ำเสมอ รวมถึงพฤติกรรมการบอกต่อไปยังบุคคลอื่น

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ลูกค้าส่วนมากมีความพึงพอใจในระดับสูง และมีความภักดีทั้งทางด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ ในระดับมากที่สุดทั้งสองด้าน ข้อเสนอแนะคือ การนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หรือ CRM (Customer Relationship Management) มาปรับใช้ในโรงพยาบาลเพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งใน การพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้ลูกค้า ยังคงอยู่กับบริษัทได้นานขึ้น อันเป็นปัจจัยสนับสนุนให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ สร้างความภักดีและส่งผลต่อการดำเนินงานที่ดีในอนาคตได้ โดยการสร้าง Customer Loyalty ดังนี้

1) การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอันจะส่งผลต่อความภักดีระยะยาว เช่น การจัดระบบการเยี่ยมกลุ่มลูกค้าที่วอร์ดโดยแผนกลูกค้าสัมพันธ์ เป็นการค้นหาความต้องการเชิงรุก และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทันทั่วทั้งที่ โดยการแบ่งกลุ่มลูกค้าที่จะเยี่ยมโดยเฉพาะลูกค้าที่สามารถสร้างรายได้ระยะยาวแก่โรงพยาบาล

2) การสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ เป็นสิ่งที่จะสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น การรักษาความลับ สัญญาที่มีต่อลูกค้า

3) การสร้างความผูกพัน หากลูกค้ามีความรู้สึกเชื่อมโยงผูกพันกับโรงพยาบาลนั้นคือการที่ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เช่น การจัดทำ Loyalty program ผ่านระบบมือถือ ซึ่งปัจจุบันทางโรงพยาบาลมีระบบ Chiangmai Ram application โดยลูกค้าของโรงพยาบาลที่มาทำการรักษา จะได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผ่านมือถือรวมทั้งข่าวสารด้านสุขภาพต่างๆ โดยมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น กลุ่มผู้ใหญ่ กลุ่มเด็ก และกลุ่มผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการมาใช้บริการที่โรงพยาบาล ทำให้เกิดความแตกต่างอันจะเป็นการสร้างแรงจูงใจในการให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

4) โรงพยาบาลสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลในการบริหารความภักดีของลูกค้า เนื่องจาก การศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาใช้บริการมากกว่าหนึ่งครั้ง จะแนะนำให้คนในครอบครัวญาติ และผู้อื่นมาใช้บริการโดยการบอกแบบปากต่อปาก เคยแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ งาม โดยสื่อผ่านสื่อสมัยใหม่ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อีเมล และมีการแชร์ภาพ ความสะดวกสบาย ความพอใจต่างๆ ที่ได้จากโรงพยาบาล ระหว่างการพักรักษาตัวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อสารสมัยใหม่ ในกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก ดังนั้นการใช้ช่องทางดังกล่าวจะช่วยให้เป็นการสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า และสามารถนำช่องทางดังกล่าวมาวางแผนการตลาดต่อไปในอนาคตอีกช่องทางหนึ่งเช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับอนาคตโรงพยาบาลควรนำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) การเน้นที่การรักษาลูกค้าเดิมมากกว่า การสร้างความจงรักภักดีเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ ต้องวิเคราะห์ว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการคืออะไร ลูกค้าแต่ละกลุ่มทำกำไรให้กับทางโรงพยาบาลมากน้อยเพียงใด การตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างความจงรักภักดีต่อบริษัท จะส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการก่อให้เกิดผลกำไรต่อบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับ เรนนาตซ์และคูมาร์ (Reinartz and Kumar, 2002) ได้กล่าวว่า ลูกค้าที่ภักดีเป็นลูกค้าที่สร้างกำไรให้กับองค์กร ความภักดีของลูกค้าและการทำกำไร มีความสัมพันธ์กัน ผู้บริหารสามารถคาดการณ์การทำกำไรจากลูกค้าแต่ละราย

## บรรณานุกรม

- คอตเลอร์ ฟิลิป. (2557). *การบริหารการตลาด Harvard business review*. กรุงเทพฯ: เอ็กซีเพอร์เน็ท.
- จรรยาลักษณ์ ปทุมมาสุตร. (2559). *ความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ งาม*. เชียงใหม่: โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม.
- ฐิติมา ตารังษี. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่าตราสินค้ากับความภักดีของลูกค้า ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรวิทย์ นันตา. (2554). *ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพการบริการศูนย์ศัลยกรรม คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พูนสุข นิลกิจทรานนท์. (2560). *วิจัยกรุงศรีแนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2561-2563 ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน*. สืบค้นจาก [https://www.krungsri.com/bank/getmedia/26ef1dcc-f6b1-4fad-bf36-aabbdd1e9c52/RI\\_06\\_Elderly\\_Care\\_TH.aspx](https://www.krungsri.com/bank/getmedia/26ef1dcc-f6b1-4fad-bf36-aabbdd1e9c52/RI_06_Elderly_Care_TH.aspx).
- วิสุทธิ สิตาตณสถิตย์. (2555). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกทันตกรรมโรงพยาบาลเชียงใหม่ราม*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิมาภรณ์ สิทธิชัย และสิญาธร ขุนอ่อน. (2558). *วารสารนักบริหารการวัดความภักดีของลูกค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม*. สืบค้นจาก [https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/jan\\_june\\_15/pdf/aw07.pdf](https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_june_15/pdf/aw07.pdf).

- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคณผู้ใช้: กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก [http://resjournal.kku.ac.th/social\(be\)/ab/a10\\_2\\_160.asp](http://resjournal.kku.ac.th/social(be)/ab/a10_2_160.asp)
- สุธาสิณี นิยมศาสตร์. (2558). *ความรักในตราสินค้า ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและการสื่อสารแบบปากต่อปากของสายการบินแอร์เอเชีย*. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- หมะหมุด หะยีหมัด และก่อพงษ์ พลโยธา. (2556). *ความภักดีต่อตราสินค้าในมิติเชิงทัศนคติ และมิติเชิงพฤติกรรม. บริหารธุรกิจดุขุบัญญัติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. สืบค้นจาก [file:///C:/Users/aom/Downloads/54860-Article%20Text-127089-1-10-20160418%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/aom/Downloads/54860-Article%20Text-127089-1-10-20160418%20(2).pdf)
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Gomez, B. G., Arranz, A. G., & Cillan, J. G. (2006). The role of loyalty programs in behavioral and affective loyalty. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 387-396.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management*. New Jersey: Peason Education.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63(2), 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multiple-itemscale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.