

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาล
ในโครงการประกันสังคมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาค
เหนือ จังหวัดลำพูน

ผู้เขียน

นางสาว ศรีนยา จตุราวิชานันท์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ เรนัส เสริมบุญสร้าง

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อ
การเลือกสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ
จังหวัดลำพูน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม
ภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จำนวนตัวอย่าง 333 คน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบตามสัดส่วน
กับประชากรชายและหญิงในแต่ละกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม (Quota Sampling) จึงได้ผู้ตอบแบบ
สอบถามอยู่ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล
สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการหรือ
ต่ำกว่า มีอายุการทำงานน้อยกว่า 6 ปี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีอายุระหว่าง
21 – 30 ปี และจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับรายชื่อสถานพยาบาลจากที่ทำงาน ได้รับการแนะนำ
สถานพยาบาลจากเพื่อนร่วมงาน สาเหตุที่มีความสำคัญในการเปลี่ยนหรือคิดที่จะเปลี่ยนสถาน

พยาบาลอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน บริการทางการแพทย์ที่ไปใช้เป็นบริการ ประเภทเจ็บป่วย สถานที่ไปใช้บริการส่วนใหญ่ คือ โรงพยาบาลที่เลือก

ปัจจัยทางการตลาดบริการทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการ ประกันสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้าน บุคลากรหรือพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกาย ภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคม มากที่สุด ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก คือ การเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการประกันสังคมมากที่สุด ซึ่งมีอิทธิพลในระดับปานกลาง คือ อัตราค่ารักษาพยาบาล

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการ ประกันสังคมมากที่สุด ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก คือ ความสะดวกในการเดินทาง

ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการประกัน สังคมมากที่สุด ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก คือ การมีบริการตรวจสุขภาพรายปีฟรี

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรหรือพนักงานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลใน โครงการ ประกันสังคมมากที่สุด ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก คือ ความรู้และความสามารถของแพทย์

ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถาน พยาบาลในโครงการประกันสังคมมากที่สุด ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก คือ เครื่องมือและอุปกรณ์ ต่างๆ มีความทันสมัย

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานพยาบาลในโครงการประกัน สังคมมากที่สุด ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก คือ ระยะเวลาในการรอรับบริการให้บริการไม่นาน

Independent Study Title Service Marketing Factors Influencing the Selection of Hospitals in the Social Security Program by the Employees of the Northern Region Industrial Estate, Lamphun Province.

Author Miss Sarinya Jaturavichanun

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Renus Sermboonsang Chairperson

Asst.Prof. Dr.Patchara Tantiprabha Member

Abstract

The objective of this independent study is to study service marketing factors influencing the selection of hospitals in the social security program by the Northern Region Industrial Estate, Lumphun Province. The data from this study was collected from questionnaire from 333 employees in the Northern Region Industrial Estate, Lumphun Province. The ratio between male and female samples correlated with the actual ratio between male and female workers in each group of factories. The majority of the samples were female employees in electronic industry. The data was statistically analyzed using frequency, percentage, average and weighted average.

It was found from this study that the majority of the respondents were labor employees and lower. They had been working for less than 6 years. Most had salary between 5,001 to 10,000 baht. Most of the respondents were 21-30 years old, graduated with Mathayom.6.

Most of the respondents knew about the hospital list from their factory and colleagues. The most important cause for changing hospitals was about personnel factor. The most medical service used was treatment for sickness. The medical facility selected the most was the hospital previously chosen by the respondents.

Every service marketing factor influenced the selection of hospitals at a high level. The factors could be arranged in the following manner from high to low levels : people or employee , process, physical evidence and presentation, product , place , price , and promotion.

The product sub-factor which influenced the respondents' selection of hospitals the most and at a high level was opening 24 hours.

The price sub-factor which influenced the respondents' selection the most and at a medium level was treatment cost.

The place sub-factor which influenced the respondents' selection the most and at a high level was convenient trip to the hospital.

The promotion sub-factor which influenced the respondents' selection the most and at a high level was free annual check-up.

The people or employee sub-factor which influenced the respondents' selection the most and at a high level was the doctors' knowledge and ability.

The physical evidence and presentation sub-factor which influenced the respondents' selection the most and at a high level up-to-date medical facilities and equipment.

The process sub-factor which influenced the respondents' selection the most and at a high level was the waiting period.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved