

บทคัดย่อ

แนวทางการพัฒนาการตลาดบริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ
ภัทรา สุขะสุนันท์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2559

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาความต้องการรับบริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุของผู้รับบริการในกรุงเทพฯ 2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการรับบริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุของผู้รับบริการเมื่อจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาความสามารถในการให้บริการของผู้ประกอบการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ 4) เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการให้บริการของผู้ประกอบการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ เมื่อจำแนกตามข้อมูลผู้ประกอบการ 5) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดบริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ ประชากรที่ศึกษาคือ ผู้รับบริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ และสมาคมส่งเสริมธุรกิจบริการผู้สูงอายุไทย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ One Way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความต้องการรับบริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกตามรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยู่ในระดับมากในด้านพนักงาน ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านภูมิทัศน์ ด้านกระบวนการ ด้านการกำหนดราคา ด้านการสื่อสารการตลาด ตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ส่วนด้านบริการมีความต้องการในระดับปานกลาง 2) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการรับบริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ และอายุของผู้สูงอายุที่รับบริการที่แตกต่างกัน 3) ความสามารถในการให้บริการของผู้ประกอบการสถานพยาบาลผู้สูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกตามรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถอยู่ในระดับมากในด้านด้านภูมิทัศน์ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการกำหนดราคา ส่วนด้านการสื่อสารการตลาด และด้านการบริการ มีความสามารถในระดับปานกลาง ตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 4) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความสามารถในการให้บริการของผู้ประกอบการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามข้อมูลของผู้ประกอบการ 5) แนวทางการพัฒนาการตลาดบริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ นั้น ผู้ประกอบการต้องรวมตัวกันเป็นสมาคม เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ช่วยเหลือกันระหว่างสมาชิก ร่วมกันสร้างมาตรฐานการให้บริการ และมีบริการหลากหลายระดับที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้รัฐบาลควรกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลสถานพยาบาลผู้สูงอายุให้ชัดเจน เพื่อช่วยเหลือประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และควบคุมดูแลมาตรฐานการให้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุ

คำสำคัญ : สถานพยาบาลผู้สูงอายุ ตลาดบริการ แนวทางการพัฒนาตลาดบริการ

Abstract

Guidelines to Develop a Service Marketing of Elderly Nursing Homes in Bangkok.

Patra Sukasukont

Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

2559

The purpose of this research is 1) to study the elderly nursing homes service requirement of the clients in Bangkok 2) to compare the elderly nursing homes service requirement of the clients divided by personal information 3) to study the capability to provide services of the elderly nursing homes in Bangkok 4) to compare the capability to provide services of the elderly nursing homes divided by the entrepreneur's information 5) to study the guidelines to develop a service marketing of elderly nursing homes in Bangkok. Populations used in this research were the elderly nursing homes clients, the elderly nursing homes entrepreneurs and the Association of elderly nursing business promotion. The data was collected using questionnaire and interviewing. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and One Way ANOVA were used for data analysis.

The findings indicated that 1) the elderly nursing homes service requirement of the clients was high in overall image, moreover, when divided by topic, the requirement was high in people, place and distribution channel, physical, process, pricing, marketing communications ; descending by average, while the requirement was moderate in service 2) the difference of an elderly nursing homes service requirement was statistically significant at 0.05 level when divided by educational level, profession and age of the client 3) according to the population, the capability to provide services of the elderly nursing homes was high in overall image ; and when divided by topic, the capability was high in physical, place and distribution channel, people, process and pricing while moderate in marketing communications and service ; descending by average 4) divided by an entrepreneur's information, there was no difference in an elderly nursing homes service capability between the entrepreneurs in Bangkok in overall image 5) in order to develop a service marketing of elderly nursing homes in Bangkok, the entrepreneurs need to collaborate as an association to strengthen themselves, support one another, establish service standards and provide various services which can respond the need of various clients, moreover, the government should define the office in charge of the elderly nursing homes clearly in order to support, coordinate and control standards of the elderly nursing homes services efficiently.

Keyword : Elderly Nursing Homes, Service Marketing, Guidelines to Develop a Service Marketing