

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

The demand and operation of mobile X-ray vehicles in Bangkok

เพทชาย กู้คำ

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการวิจัย

ความต้องการของตลาดธุรกิจบริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ แบบเช่า ในช่วงระยะแรกโดยให้บริการภายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และในอนาคตทางบริษัทจะขยาย ธุรกิจของตัวเองเป็นหน่วยตรวจสุขภาพเคลื่อนที่ ให้บริการด้านตรวจสุขภาพเคลื่อนที่ ประกอบด้วยทีมแพทย์ พยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ พร้อมด้วยทีมงานด้าน อาชีวอนามัย ที่มีประสบการณ์ที่พร้อมให้บริการตรวจสุขภาพ กำไรต่อยอดขาย (Return On Sales : ROS) ใน ปี 2565 อยู่ที่ 29.55 % การดำเนินการของธุรกิจกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นลูกค้าในเครือโรงพยาบาลที่เราเป็นพันธมิตร ลูกค้าบริษัทเอกชน และในนิคมอุตสาหกรรม การจัดการเชิงกลยุทธ์ ใช้เครือข่ายโรงพยาบาลต่างๆที่ทีมผู้บริหารเป็นพันธมิตรกัน ทำออนไลน์ Facebook, Line, Instragram, Webside ให้ลูกค้าได้รู้จัก และจัดทำราคาแพ็คเกจให้มีความเหมาะสมกับลูกค้า การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ จำนวน 100 ตัวอย่าง ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ให้มีประสิทธิภาพคือ เจ้าหน้าที่ต้องมีความพร้อมในการให้บริการ ทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือและพนักงาน และการบริการรวดเร็วเป็นระบบตามมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ บริษัทต้องคำนึงถึงกระบวนการตรวจสุขภาพ ตั้งแต่การรับข้อมูลการตรวจ การรายงานผล ของทางโรงพยาบาลมีความเหมาะสมไม่ซับซ้อนอะไร ค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพคำนึงถึงการบริการที่ได้รับและแพ็คเกจที่บริษัทเสนอที่เหมาะสม การตรวจร่างกายโดยแพทย์ ควรให้แพทย์ที่เชี่ยวชาญด้านการบริการของการตรวจสุขภาพ มาเป็นคนตรวจและสามารถให้คำปรึกษาแก่ผู้รับบริการได้ รวมทั้งเจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว มีทัศนคติในการตอบคำถามดี สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน, รถเอกซเรย์เคลื่อนที่, ตรวจสุขภาพเคลื่อนที่, การตลาดออนไลน์

ABSTRACT

The demand and operation of mobile X-ray vehicles in Bangkok

ProvinceThe research purpose and to study 1) demand of the market, 2) Sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from target customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

Results show that

Market demand for rental mobile x-ray services in the initial phase, providing services in Bangkok and in the future the company will expand own business is a mobile health checkup unit. Providing mobile health check-up services It consists of a team of doctors, nurses and medical personnel. Along with an experienced occupational health team ready to provide health check-up services Profit per sales (Return On Sales: ROS) in 2022 was 29.55% of the business operations, the main target groups are customers in the hospital group that we are partners. private company customers and in industrial estates strategic management Use various hospital networks where the management team is allies. Do online Facebook, Line, Instragram, Webside for customers to get to know. and make package prices suitable for customers Collecting data from 100 target groups of businesses. Factors of effective service of the mobile X-ray vehicle business are: Officers must be ready to provide services, including equipment, tools and staff. And the service is fast as a standard system Marketing mix factors affecting the behavior of choosing mobile x-ray service Companies must consider the health check process. Since receiving information from the examination, reporting the results of the hospital is appropriate and not complicated. The cost of the health check takes into account the services received and the appropriate packages offered by the company. medical examination Should have a doctor who specializes in the service of health checks. Become an inspector and be able to give advice to service recipients. Including the staff who provide good service, fast, and have a good attitude to answer questions. build credibility with customers

Keywords: operational requirements, mobile x-ray vehicle, mobile health checkup, online marketing

บทนำ

แนวโน้มธุรกิจ Healthcare ในอนาคตและการปรับใช้เทคโนโลยีในธุรกิจโรงพยาบาลช่วง 10 ปีที่ผ่านมา หลายๆ คนน่าจะเริ่มใช้บริการหรือเครื่องมืออะไรใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน เช่น การซื้อของออนไลน์ เรียกแท็กซี่ออนไลน์ ซื้ออาหารออนไลน์ เป็นต้น โดยใช้ผ่านเครื่องมือชิ้นเดียว เช่น คอมพิวเตอร์ หรือ โทรศัพท์มือถือ ที่สามารถทำงานโดยรวมทุกอย่างไว้ด้วยกัน เป็น One-stop Service คนใน 20-30 ปีที่แล้วไม่มีทางนึกออก ซึ่งเป็นการเอาเทคโนโลยี ดิจิทัล เข้ามาประยุกต์ใช้วงการอื่นๆ เค้ามมีการพัฒนากันไปไกล พอมาพูดถึงส่วนของอุตสาหกรรมธุรกิจสุขภาพหรือ Healthcare, สาธารณสุข และวงการการแพทย์ ซึ่งใน 10 ปีที่แล้วกับ 10 ปีที่ผ่านมาที่มีการเอาเทคโนโลยีเข้ามา เราเข้ารับบริการก็พอจะเห็นกัน อาจจะมีระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการให้เร็วขึ้น มีระบบเข้ามาเสริม แต่มันยังไม่ถูกพลิกโฉมขนาดนั้นเรื่องที่จะเห็นได้ชัดเจนที่สุดที่น่าจะเกิดขึ้นในการแพทย์ ก็จะเป็นเรื่อง การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการทำงานของบุคลากร และกระบวนการเข้ารับการรักษาของผู้ป่วย เช่น ตั้งแต่ก่อนเข้าโรงพยาบาลเราก็จะสามารถบอกอาการ สื่อสารได้ที่บ้าน ซึ่งทางโรงพยาบาลก็จะรับรู้ได้ว่า จะมีผู้ป่วยกี่คน มีอาการอย่างไร เข้ามาในแต่ละวัน ทำให้ทางโรงพยาบาลบริการการจัดการบุคลากรได้ด้วยเรื่องสำคัญ ที่เห็นได้ชัดๆ เลย คือ การคัดกรองตอนแรก ที่ว่าผู้ป่วยมีสิทธิ 30 บาท หรือสิทธิบัตรทอง หรือมีประกันกลุ่มอะไรมัย ประกันยี่ห้ออะไร ซึ่งตรงนี้ทางบุคลากรก็ต้องมาคัดกรองก่อน เบิกได้หรือไม่ได้ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ทำให้ติดเป็นคอขวด

ถ้าหากผู้ป่วยสามารถแจ้งสิทธิหรือคัดกรองเบื้องต้นตั้งแต่ก่อนรับการรักษา ทางผู้ให้บริการก็จะสามารถคำนวณได้ด้วยว่า เบิกได้เท่าไรหรืออย่างไร ซึ่งกระทบต่อการเงินด้วย ส่งผลให้ทั้งกระบวนการ ทั้ง Flow มีความไหลลื่นมากขึ้น จากแต่เดิมที่ให้มนุษย์เป็นผู้ทำอาจจะมี Human Error หรือความผิดพลาดของคนเกิดขึ้น เราก็จะเปลี่ยนให้หุ่นยนต์หรือเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาทำแทน ที่ทำให้เร็วและแม่นยำกว่า

การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแพทย์เพื่อวินิจฉัยนอกเหนือจากนี้ก็ยังมีเทคโนโลยีมาช่วยบุคลากรทางการแพทย์ด้วย หลายๆ คนอาจจะเคยได้ยินคำว่า Ai หรือ Artificial Intelligent คือ ใช้เทคโนโลยีมาวิเคราะห์หรือคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งเมื่อเราเอา Ai เข้ามาใช้ประโยชน์ในเรื่องของการวินิจฉัยนี้ ก็จะสามารถบอกได้ว่าผู้ป่วยคนนี้มีโอกาสเป็นโรคระยะใดหรือมีภาวะอะไรในอนาคต ยกตัวอย่างง่ายๆ อย่างการ X-ray ที่เมื่อเราได้ผลมาแล้วทีมแพทย์ก็จะมาดูฟิล์มว่า ปอดมีฝ้าตรงไหน มีลักษณะการแตกหักของกระดูกมัย เป็นต้น การนำ Ai เข้ามาช่วยจุดนี้ เทคโนโลยีจะช่วยลดงานของบุคลากร มันช่วยให้เราวิเคราะห์จากข้อมูลที่มีว่ามีว่า ผลฟิล์มนี้มีความผิดปกติอย่างไร แต่สุดท้ายแพทย์ก็ต้องเข้ามายืนยันเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะ AI ก็อาจจะไม่ถูกต้อง 100% เสมอไป

การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดงานบุคลากรทางการแพทย์ทั้งนี้เราสามารถเปลี่ยนเอกสารที่เป็นกระดาษมาเป็นระบบดิจิทัลได้ เนื่องจากในอดีตบุคลากรจะบันทึกในกระดาษ และจัดเก็บไว้ในแฟ้มต่าง ๆ ถ้าเราเปลี่ยนมาเป็นระบบดิจิทัล ข้อมูลจะถูกเก็บอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถระบุได้ว่าใครเป็นคนกรอก การแก้ไขเกิดขึ้นเมื่อไหร่ รวมถึงการเก็บข้อมูลที่เยอะ อย่างข้อมูลผู้ป่วยตั้งแต่เกิดจนแก่จะสามารถรวบรวมเพื่อให้ประโยชน์ในการวินิจฉัยคนคนนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและข้อมูลครบถ้วนมากขึ้น

สิ่งนี้ทางรัฐก็พยายามผลักดันอยู่ เนื่องจากอยากให้ข้อมูลผู้ป่วยนี้ถูกทำเป็น 1 ชุดข้อมูล ที่เมื่อเราไปโรงพยาบาลไหนก็สามารถที่จะเห็นข้อมูลชุดนี้ได้ ไม่ต้องเก็บข้อมูลผู้ป่วยใหม่ให้เยอะและป้องกันการผิดพลาด รายละเอียดก็จะส่งต่อโรงพยาบาลอย่างครบถ้วนมากขึ้น โดยจะเรียกว่า “Single Health Record”

การวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจจะง่ายขึ้น ชัดเจนขึ้นจากข้อมูลที่มี เช่น จำนวนผู้ป่วยแต่ละวัน จำนวนโรค ค่าใช้จ่าย ต่างๆ จะถูกเก็บในระบบดิจิทัล และสามารถนำมาผนวกเพื่อให้ผู้ประกอบการใช้วางแผนเพื่อออกแผนธุรกิจที่แม่นยำมากขึ้น ซึ่งอาจจะใช้ข้อมูลในอดีต (Historical Data) มาใช้คาดการณ์เพิ่มเติม เช่น วันจันทร์จะมีลูกค้าประเภทนี้ โรคนี้เข้ามาเยอะ เพื่อสามารถออกกลยุทธ์มารองรับได้ หรือแม้กระทั่งช่วงเวลาของปี มีโรคระบาดอะไรบ้าง ก็จะสามารถวางแผนระบบยา ระบบคนเพื่อรองรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบันก็จะมี Mobile App ที่ให้ผู้ป่วย สามารถเข้าดูข้อมูลประวัติการรักษาของตัวเองทั้งหมดได้ รวมไปถึงในอนาคตจะสามารถจองนัดหมายได้ด้วยรวมไปถึงระบบคิวที่ทำให้ผู้ป่วย ไม่ต้องไปนั่งรอที่แผนกนานๆ เพื่อช่วยลดเวลาและระยะเวลาที่ชัดเจนขึ้นจริงๆ แล้วลูกค้าเค้าไม่รู้สึกรอคอยที่ตรงรอ แต่ปัญหาคือเค้าต้องการรู้ว่า รอเพราะอะไรและนานแค่ไหนมากกว่า ดังนั้นนี่คือประเด็นสำคัญที่เราจะเอาเทคโนโลยีมาเชื่อมจุดนี้ด้วยอีกจุดที่เราพยายามจะใช้เทคโนโลยีในธุรกิจ Healthcare ของเรา คือ ePayment เพื่อตอบโจทย์สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ด้วย เพื่อลดขั้นตอนและสร้างความสะดวกสบาย อีกทั้งเพื่อเป็นการระบุราคาเบื้องต้นให้ลูกค้าและก็เรื่องของ การไม่ต้องรอคิวจ่ายเงินอีกเรื่องของการจ่ายยา เรามักจะได้ข้อมูลเรื่องยาตั้งแต่ที่หมอ ซึ่งบางครั้งผู้ป่วยอาจจะหลงลืมหรือกินยาไม่ตรงเวลา ส่วนของเทคโนโลยีก็จะเข้ามาช่วยบอกข้อมูลยา รวมถึงอาจสามารถแจ้งเตือนได้ด้วย

เทคโนโลยีอย่าง IoT จะมีผลเข้ามาช่วยเรื่อง Healthcare มากขึ้น พวกอุปกรณ์ที่ใช้งานติดตัว เช่น Smart Watch ที่สามารถเข้ามาตรวจจับพฤติกรรมและการเคลื่อนไหวของผู้ป่วยได้ สิ่งนี้จะช่วยให้บุคลากรทางการแพทย์ในเรื่องการวัดผลผู้ป่วยที่ต้องติดตามอาการต่อเนื่อง เช่น เพื่อเช็คว่าเค้าออกกำลังกายบ่อยมั๊ย? หรือความดันเลือดเป็นอย่างไร พวก IoT เหล่านี้จะช่วยแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการแพทย์เพื่อช่วยปรับและรักษาผู้ป่วยอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้เข้ารับบริการก็จะมีเปลี่ยนแปลงไป เช่น ไม่จำเป็นต้องไปโรงพยาบาล โดยจะมีระบบอย่าง Telemed ที่รักษาทางไกล ที่ช่วยให้ผู้ป่วยได้รับการดูแลโดยไม่ต้องไปพบ

เพราะด้วยเรื่องส่วนตัวต่าง ๆ หรือบริการที่สามารถเรียก ผู้ให้บริการไปที่บ้านได้บ้าง การเข้ามาของระบบดิจิทัลจะมีมากขึ้นในทุกๆ จุดของการบริการที่การแพทย์ ตั้งแต่ผู้เข้ารับบริการจนถึงการรักษาของแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์ก็จะมีการลดงานเพื่อให้สามารถโฟกัสส่วนที่เป็นงานบริการได้ และด้านงานบริหารก็จะได้ข้อมูลที่สามารถคาดการณ์และวางแผนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเอกซเรย์เคลื่อนที่ ในธุรกิจ Healthcare ในอนาคตและการปรับใช้เทคโนโลยีในธุรกิจโรงพยาบาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจเอกซเรย์เคลื่อนที่ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการดำเนินงานธุรกิจเอกซเรย์เคลื่อนที่ ในธุรกิจ Healthcare ในอนาคตและการปรับใช้เทคโนโลยีในธุรกิจโรงพยาบาล

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเอกซเรย์เคลื่อนที่ จังหวัด กรุงเทพมหานคร กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุดอาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

2. ด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้า บริษัทเอกชน ที่การเลือกใช้บริการธุรกิจเอกซเรย์เคลื่อนที่

3. ด้านตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

3.2.1 ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ

3.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่

การทบทวนวรรณกรรม

บริษัทดำเนินธุรกิจบริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ แบบเช่า ในช่วงระยะแรก โดยให้บริการภายใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร และในอนาคตทางบริษัทก็จะขยาย ธุรกิจของตัวเองเป็นหน่วยตรวจสอบภาพเคลื่อนที่ ให้บริการด้านตรวจสอบภาพเคลื่อนที่ ประกอบด้วยทีมแพทย์ พยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ พร้อมด้วยทีมงานด้าน อาชีวอนามัย ที่มีประสบการณ์ที่พร้อมให้บริการตรวจสอบภาพนอกสถานที่ ทางบริษัท ยินดีส่งมอบบริการหน่วยตรวจสอบภาพเคลื่อนที่ นำโดยทีมแพทย์ พยาบาล และบุคลากรทางการแพทย์ ด้วย รถเอกซเรย์ระบบ Digital เคลื่อนที่ พร้อมออกไปให้บริการยังสถานประกอบการ ทั้งในโรงงาน สำนักงาน หรือสถานที่ที่ถูกจำกัดทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยสามารถรองรับลูกค้าทั้งภาครัฐ เอกชน งาน ตรวจต่างดาว และสถานศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศ

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การบริการตรวจสอบภาพนอกสถานที่แบบครบวงจรโดยทีมแพทย์ พยาบาล สหวิชาชีพ และเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการตรวจสอบภาพนอกสถานที่ บริการศูนย์ ตรวจสอบภาพเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีและเครื่องมือวิเคราะห์ที่ทันสมัย คุณภาพสูง พร้อมรถตรวจสอบภาพเคลื่อนที่และรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ระบบดิจิทัล ณ สถานประกอบการหรือสถานที่ที่กำหนด ให้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง แม่นยำ พร้อมประกันคุณภาพตามมาตรฐานสากล ยินดีให้บริการหน่วยงานและองค์กร ต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

1.ทางบริษัทมีเครือข่ายพันธมิตรระหว่างโรงพยาบาลซึ่งกันและกันทำให้เกิดช่องทางในการหา ลูกค้าได้ง่ายขึ้น

2.จากประสบการณ์ของทีมผู้บริหาร มากกว่า 15 ปี ในธุรกิจด้านบริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ ทำให้มี เครือข่ายมากมายโดยยังไม่ต้องเพิ่มช่องทางทางการตลาดมากนัก

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย

การกระตุ้นให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงบริการ และแบรนด์ เนื่องจากเป็นช่วงที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย รับรู้ถึงการเปิดตัวของบริการ จึงได้มีการจัด กลยุทธ์ ดังนี้

1.ดำเนินการแจกใบปลิวและส่งอีเมลล์ให้กับ โรงงานนิคมอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน รัฐวิสาหกิจ

2.จัดทำ Social Media เพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน ได้แก่ สร้าง Fan page ใน Facebook และ Line สำหรับการติดต่อสอบถาม และประชาสัมพันธ์ซึ่งในส่วนนี้ ยังคงระบุข้อความ ส่วนลด 10% สำหรับการใช งานครั้งแรกเช่นกัน

3.โทรศัพท์สอบถามความพึงพอใจหลังการใช้บริการ (ผู้รับบริการติดต่อผ่าน โทรศัพท์หรือ เคนเตอร์) และแบบสอบถามความพึงพอใจหลังการใช้บริการผ่านอีเมล (ผู้รับบริการที่ติดต่อผ่านเว็บไซต์)

4.รักษา ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น และพันธมิตรให้เพิ่มมากขึ้น

1.มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ โดย

- ธุรกิจบริการตรวจสุขภาพ มีนักเทคนิคการแพทย์ ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบโรคศิลปะ และมีประสบการณ์ยาวนาน

- ห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ จัดให้มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เน้นให้บริการเป็นหลัก เช่น พยาธิแพทย์ นักวิทยาศาสตร์ นักพิษวิทยา นักเทคนิคการแพทย์ เป็นต้น โดยทุกตำแหน่งต้องผ่านการทดสอบและได้รับการอนุญาตประกอบวิชาชีพ ทำให้การให้บริการเป็นไปอย่างมีคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ

5. มีการบริหารจัดการที่ดี ผู้ให้บริการห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ส่วนใหญ่ ได้รับการรับรองมาตรฐานห้องปฏิบัติการ เช่น มาตรฐานงานเทคนิคการแพทย์ ที่กำหนดโดยกำหนดโดยสมาคมเทคนิคการแพทย์แห่งประเทศไทยและกระทรวงสาธารณสุข มาตรฐานห้องปฏิบัติการจากองค์กรต่างๆ ในระดับสากล เช่น มาตรฐาน ISO 15189 ที่เป็นระบบรับรองห้องปฏิบัติการทางการแพทย์โดยเฉพาะ และมาตรฐานระบบ ISO 9001:2000 ด้านการให้บริการ เป็นต้น

6. การตลาด โดยเฉพาะผู้ให้บริการตรวจสุขภาพขนาดกลางขึ้นไป มักจัดให้มีบริการที่หลากหลาย เช่น ให้บริการตรวจสุขภาพเคลื่อนที่ บริการฝึกอบรมทางการแพทย์ บริการบริหารจัดการห้องปฐมพยาบาล บริการเสริมสุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีช่องทางการตลาดที่หลากหลายเช่นกัน เช่น บริการตรวจสุขภาพเคลื่อนที่ไปยังสถานที่ที่ผู้รับบริการสะดวก

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเอกชนเคลื่อนที่ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสอบถามข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับหัวข้อวิจัย โดยแบบสอบถามได้สร้างจากความหมายและแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยแบ่งเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกชนเคลื่อนที่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถเอกชนเคลื่อนที่

ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการรวมทั้ง ผู้ประกอบการเอกชนตามนิคมอุตสาหกรรม จำนวน 100 คน ช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2565 ถึง 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะเน้นการบรรยายคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมนี้ จะต้องเป็นไปตามกรอบแนวความคิดของงานวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องสามารถตอบคำถาม หรือประเด็นปัญหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยซึ่งได้แก่

1. ป้ายจำพื้นฐานส่วนบุคคล ใช้สถิติร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่
3. แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ โดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ใช้ Likert Scale กำหนด 5 ระดับ คือ

มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล (Tools for data collection)

ใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเอกซเรย์เคลื่อนที่ โดยแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่

ตอนที่ 2 ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อวิเคราะห์ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือ คือ แบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวางแผนและปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถาม ที่สมบูรณ์แล้ว ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปใช้สอบถามลูกค้าที่ใช้บริการรวมทั้ง ผู้ประกอบการเอกชนตามนิคมอุตสาหกรรม
2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยขอความร่วมมือ จากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่สุ่มเลือกมาจำนวน 100 คน
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม แล้วตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อความที่กลุ่มตัวอย่างได้กรอกรายละเอียดลงในแบบสอบถาม
4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สรุปผลเป็นค่าเฉลี่ย และอัตรา ร้อยละ ใช้การพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะเน้นการบรรยายคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาได้ และการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องสามารถตอบคำถาม หรือประเด็นปัญหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยซึ่งได้แก่

1. บัญชีพื้นฐานส่วนบุคคล ใช้สถิติร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ ใช้สถิติร้อยละ (Percentage)
3. แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ ใช้สถิติร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่

1. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้บริการอยู่มีความเป็นรูปธรรมในการให้บริการอย่างไร มากที่สุด คือการมีอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือในการตรวจ, Tube, เลือด, ถูมือเข็มเจาะเลือด คุณสะอาดทำให้รู้สึกปลอดภัยทันสมัย ที่ร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ พนักงานคอยให้คำแนะนำ พุดจาสุภาพ เรียบร้อย ร้อยละ 34.0 และมีป้ายบอกจุดตรวจต่างๆที่ชัดเจน รูปเล่มการรายงานผลนำมาใช้งานได้จริงดูแล้วเข้าใจง่าย รถ X-ray ก็ตรวจค่อนข้างเร็ว ที่ร้อยละ 22.0 ตามลำดับ

2. รถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้อยู่เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเชื่อถือไว้วางใจได้อย่างไร มากที่สุด คือทีมงานให้บริการตรวจแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ที่ร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ มีการตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการให้บริการที่ถูกต้อง ร้อยละ 18.0 และ การส่งมอบรายงานผลถูกต้องครบถ้วนตามกำหนด ที่ร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

3. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้อยู่มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างไร มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการ ทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือและพนักงานที่ร้อยละ 55.0 รองลงมา คือ การบริการรวดเร็วเป็นระบบ ตามมาตรฐาน ร้อยละ 34.0 และ เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการ ที่ร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

4. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้อยู่มีการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อย่างไร มากที่สุด คือ การสื่อสารของเจ้าหน้าที่มีประสิทธิภาพ เช่นการอธิบายการเก็บปัสสาวะและอุจจาระในการส่งตรวจก่อนให้เจ้าหน้าที่ตรวจ เป็นต้น ที่ร้อยละ 52.0 รองลงมา คือ บริษัทเกิดความเชื่อมั่นต่อการบริการเช่นการรายงานผลการตรวจที่ยืนยันความถูกต้อง ร้อยละ 48.0 ตามลำดับ

5. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้ผู้มีการรู้จักและเข้าใจลูกค้าอย่างไร มากที่สุด คือ บริษัทเป็นลูกค้ากันมาหลายปี มีข้อมูลลูกค้าและทราบถึงปัญหาหรือความต้องการว่าลูกค้าต้องการอะไร ที่ร้อยละ 71.0 รองลงมา คือ บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ Support ให้หมด ร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่

1. ด้านการบริการ มากที่สุด คือ การให้บริการที่ดี รู้สึกได้รับประโยชน์จากการใช้บริการครั้งนี้ เช่น เมื่อได้รับผลตรวจที่ผิดปกติสามารถนำไปปรึกษาต่อได้ทันท่วงที ที่ร้อยละ 62.0 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี ขึ้นตอนในการตรวจเหมาะสม มีแผนการทำงานชัดเจน ร้อยละ 28.0 ตามลำดับ

2. ด้านราคา มากที่สุด คือ ลูกค้าจะให้ความสำคัญเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับเมื่อเทียบกับที่อื่นแล้วราคาไม่แพงมาก ที่ร้อยละ 62.0 รองลงมา คือ ลูกค้าจะให้ความสำคัญในเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพโดยคำนึงถึงบริการที่ได้รับและแพ็คเกจที่บริษัทเสนอที่เหมาะสม ร้อยละ 38.0 ตามลำดับ

3. ด้านสถานที่ มากที่สุด คือ ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าไปรับการตรวจ ที่ร้อยละ 57.0 รองลงมา มีบริการรถรับ-ส่ง และบางครั้งมาให้บริการเก็บตกที่บริษัทอีก 1 วัน ร้อยละ 43.0 ตามลำดับ

4. ด้านการบริการเสริม มากที่สุด คือ การบริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่นั้นส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องบริการบรรยาย หรือ Consult โดยแพทย์หลังจากที่บริษัทได้รับผลตรวจแล้ว ที่ร้อยละ 64.0 รองลงมา มีการบริการอบรมปฐมพยาบาลเบื้องต้น การสำรวจโรงงานโดยแพทย์อาชีวเวชศาสตร์ก่อนการตรวจ สามารถรองรับความต้องการของบริษัทได้ ร้อยละ 34.0 และน้อยที่สุด คือ การบริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่นั้นส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องบริการบรรยาย หรือ Consult โดยแพทย์หลังจากที่บริษัทได้รับผลตรวจแล้ว, มีการบริการอบรมปฐมพยาบาลเบื้องต้น การสำรวจโรงงานโดยแพทย์อาชีวเวชศาสตร์ก่อนการตรวจ สามารถรองรับความต้องการของบริษัทได้ ที่ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

5. ด้านบุคลากร มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างสุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้ม แจ่มใส ที่ร้อยละ 60.0 รองลงมา เจ้าหน้าที่มีทักษะและความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดีเจ้าหน้าที่ใส่เสื้อกราวทุกคนเก็บผมเรียบร้อย มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ร้อยละ 40.0 ตามลำดับ

6. ด้านกระบวนการ มากที่สุด คือ บริษัทคำนึงถึงกระบวนการตรวจสุขภาพ ตั้งแต่การรับข้อมูลการตรวจ การรายงานผล ของทางโรงพยาบาลมีความเหมาะสมไม่ซับซ้อนอะไร ที่ร้อยละ 57.0 รองลงมา ขึ้นตอนการพบแพทย์อยากให้แพทย์ซักถามมากกว่านี้ ไม่ควรรวดเร็วจนเกินไป ร้อยละ 43.0 ตามลำดับ

7. ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีการเจรจาที่สุภาพอ่อนโยน เจ้าหน้าที่แต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยเก็บผมใส่เสื้อกราวทุกคน มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ที่ร้อยละ 61.0 รองลงมา เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว มีทัศนคติในการตอบคำถามดี

โดยรวมแล้วเจ้าหน้าที่มีการแต่งกายที่เรียบร้อย สะอาดดูมีความน่าเชื่อถือ คิดว่าโรงพยาบาลมีรูปแบบการบริการที่ดี ร้อยละ 39.0 ตามลำดับ

สรุปและวิจารณ์ผล

การวิเคราะห์ปัจจัยของการบริการของธุรกิจรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่มีประสิทธิภาพที่ดี ควรมีปัจจัยดังนี้

1. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านให้บริการอยู่มีความเป็นรูปธรรมในการให้บริการอย่างไร จากการสอบถามพบว่า การมีป้ายบอกจุดตรวจต่างๆชัดเจน รูปเล่มการรายงานผลนำมาใช้งานได้จริงดูแล้วเข้าใจง่าย รถ X-ray ก็ตรวจค่อนข้างเร็ว

2. รถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้อยู่เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเชื่อถือไว้วางใจได้อย่างไร จากการสอบถามพบว่า อันดับที่ 1 ลูกค้านัดหมายส่งมอบรายงานผลถูกต้องครบถ้วนตามกำหนด อันดับที่ 2 มีการตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการให้บริการที่ถูกต้อง

3. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้อยู่มีการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างไร จากการสอบถามพบว่า อันดับที่ 1 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการ ทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือและพนักงาน อันดับที่ 2 การบริการรวดเร็วเป็นระบบ ตามมาตรฐาน

4. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้อยู่มีการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อย่างไร จากการสอบถามพบว่า บริษัทเกิดความเชื่อมั่นต่อการบริการเช่นการรายงานผลการตรวจที่ยืนยันความถูกต้อง

5. การบริการของรถเอกซเรย์เคลื่อนที่ที่บริษัทท่านใช้อยู่มีการรู้จักและเข้าใจลูกค้าอย่างไร จากการสอบถามพบว่า ลูกค้าทราบเป็นอย่างดีว่า บริษัทเป็นลูกค้ากันมาหลายปี มีข้อมูลลูกค้าและทราบถึงปัญหาหรือความต้องการว่าลูกค้าต้องการอะไร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่

1. ด้านการบริการ จากการสอบถามพบว่า อันดับที่ 1 การให้บริการที่ดี รู้สึกได้รับประโยชน์จากการใช้บริการครั้งนี้ เช่น เมื่อได้รับผลตรวจที่ผิดปกติสามารถนำไปปรึกษาต่อได้ทันที อันดับ 2 คือ การตรวจร่างกายโดยแพทย์ ควรให้แพทย์ที่เชี่ยวชาญด้านการบริการของการตรวจสุขภาพ

2. ด้านราคา จากการสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าจะให้ความสำคัญในเรื่องค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพโดยคำนึงถึงการบริการที่ได้รับและแพ็คเกจที่บริษัทเสนอที่เหมาะสม

3. ด้านสถานที่จากการสอบถามพบว่า ถ้ามีบริการรถรับ-ส่ง และบางครั้งมาให้บริการเก็บตกที่บริษัทอีก 1 วัน จะเป็นการบริการที่ดีมาก

4. ด้านบริการเสริม จากการสอบถามพบว่า การบริการรถเอกซเรย์เคลื่อนที่นั้นส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องบริการบรรยาย หรือ Consult โดยแพทย์หลังจากที่บริษัทได้รับผลตรวจแล้ว

5. ด้านบุคลากร จากการสอบถามพบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีทักษะและความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดี เจ้าหน้าที่ใส่เสื้อกราวทุกคนเก็บผมเรียบร้อย มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

6. ด้านกระบวนการ จากการสอบถามพบว่า ลูกค้าต้องการให้ บริษัทคำนึงถึงกระบวนการตรวจสอบสุขภาพ ตั้งแต่การรับข้อมูลการตรวจ การรายงานผล ของทางโรงพยาบาลมีความเหมาะสมไม่ซับซ้อนอะไร

7. ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ จากการสอบถามพบว่า ลูกค้าต้องการให้ เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่ดี รวดเร็ว มีทัศนคติในการตอบคำถามดี โดยรวมแล้วเจ้าหน้าที่มีการแต่งกายที่เรียบร้อย สะอาดดูมีความน่าเชื่อถือ คิดว่าโรงพยาบาลมีรูปแบบการบริการที่ดี

การอภิปรายผล

ในการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูลความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเอกซเรย์เคลื่อนที่ ผู้วิจัยได้สรุปว่าการที่จะให้ธุรกิจประสบความสำเร็จจะต้องประกอบไปด้วยกลยุทธ์ต่างๆดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ในด้านการบริการเป็นเลิศ ในงานบริการลูกค้าที่หลากหลาย ธุรกิจกำลังดำเนินการอยู่นั้น มักจะมีคำถามของผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการ ว่า ทำอย่างไรถึงจะทำให้ห้องกิจการของเรา มีบริการที่ดี มีลูกค้าที่ชม บอกรับปากต่อปากว่าให้มาที่เรา ลูกค้ามาแล้วรู้สึกประทับใจ จนทำให้เกิดแบรนด์ในบริการ อันจะส่งผลต่อ แบรนด์ขององค์กรแน่นอนว่าทุกๆ องค์กรต้องการให้เกิดภาพนี้ขึ้น วิธีการสร้างนั้นมิใช่สร้างได้เพียงไม่กี่เดือน แต่มันต้องสร้างกันหลายปี จนเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร วิธีการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศนั้น หลายองค์กรก็มีวิธีที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะธุรกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆผมได้สรุปปัจจัยหลักที่ช่วยเป็นแกน ในการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศนั้น เพื่อช่วยให้อาคารของท่านได้ นำไปประยุกต์ใช้และ Customize ให้เหมาะกับองค์กรดังนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการมีศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. Staff คือ พนักงาน ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทั้ง 4 ข้อ เพราะธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากปราศจากพนักงานผู้ให้บริการลูกค้า พนักงานเป็นผู้มีคุณค่าที่สุดในธุรกิจบริการ เป็นผู้สร้างมูลค่าเพิ่มต่างๆ ในธุรกิจ เพราะรูปแบบธุรกิจบริการจะใช้เครื่องจักร เครื่องมือ เป็นเพียงแค่สิ่งที่จะช่วยเสริมงาน ซึ่งหาซื้อที่ใดก็ได้ แต่บุคลากรในองค์กร เราไม่สามารถใช้เงินซื้อมาได้ ต้องคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติ มาทำงานฝึกฝน และพัฒนาในความรับผิดชอบในงานที่สูงขึ้น และ การดูแลให้เขารักองค์กร และอยู่คู่กับการพัฒนาขององค์กรอย่างต่อเนื่ององค์กรที่ประสบความสำเร็จก็ให้ความสำคัญกับพนักงานเป็นอันดับหนึ่ง เช่น ซีพี คุณชนินทร์ เจียรนนท์ กล่าวว่า “การที่ ซีพี ประสบความสำเร็จนั้นทรัพยากรคน คือพนักงาน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เป็นหัวใจของธุรกิจ” เอ็มเค สุกี้ คุณ ฤทธิ์ ชีระโกเมนกล่าวว่า “การให้บริการ เอ็มเค จะให้ความสำคัญในการเลือกบุคลากร โดยบุคลากรต้องมีความอดทนและขยัน โดยจะเลือกผู้ที่ไม่เคยทำงานด้านนี้มาก่อนเพราะเชื่อว่าจะฝึกฝนได้ง่ายกว่า”

2. Software คือ โปรแกรมซอฟต์แวร์ คือ เครื่องมือที่ใช้ช่วยในการทำงานของพนักงาน เช่น ค้นหาข้อมูลลูกค้า แสดงข้อมูลเพื่อตอบคำถามลูกค้า นำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองบริการให้โดนใจลูกค้าในแต่ละบุคคล ใช้บริหารระบบงาน โดยรวมสามารถแสดงถึงขั้นตอนแต่ละขั้นตอนว่าจุดใดให้บริการเร็ว ช้า

จุดใดใช้คนมากน้อย ต้นทุนในแต่ละขั้นตอนเป็นเท่าใด รายได้ที่เกิดขึ้นโดยรวมเป็นเท่าใด โปรแกรมซอฟต์แวร์ สามารถช่วยทำงานให้รวดเร็วและ

3. Standard คือ มาตรฐานการทำงาน คือ สิ่งที่ยืนยันว่าพนักงานต้องทำงานอะไรบ้างตามขั้นตอน โดยทั่วไปมักแสดงอยู่ในรูปของเอกสาร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนเป็นเป็นภาพเดียวกัน เข้าใจตรงกัน ใช้สำหรับอบรมพนักงานใหม่ก่อนเข้างาน หรือบางแห่งมาตรฐานการทำงาน ก็อยู่ในรูปแบบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ คือ หน้าจอคอมพิวเตอร์จะบังคับให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐานหากไม่ทำจะเข้าไปหน้าจอถัดไปไม่ได้การจัดทำมาตรฐานการทำงานนี้เป็นหลักการและแนวทางเพื่อให้พนักงานอยู่ในแนวทางที่บริษัทอยากให้เป็น ซึ่งมาตรฐานการทำงานนี้สามารถครอบคลุมการทำงานได้ทั้งหมด

4. Service Culture คือ วัฒนธรรมการบริการ กล่าวได้ว่าเป็นผลจากการทำงานของ S ใน 3 ตัวแรกก็คือ Staff, Software และ Standard หากองค์กรดำเนินการอย่างต่อเนื่องใน 3 ตัวแรกนี้ ก็จะทำให้เกิดการหล่อหลอมของพนักงานที่ปฏิบัติงานแบบนี้จนเคยชิน และเป็นนิสัยคล้ายๆ กันทุกคน ย่อมทำให้เกิดวัฒนธรรมในองค์กรที่มีการบริการเป็นรูปแบบเดียวกันการสร้างวัฒนธรรมการ

ข้อเสนอแนะ

ธุรกิจด้านสุขภาพหรือ Healthcare ที่ดูใกล้ชิดกับเรื่องของเทคโนโลยี ก็ต้องการปรับเปลี่ยนเช่นกัน เพราะการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้เข้าสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization) ของธุรกิจ Healthcare นั้นจะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดข้อผิดพลาดทางการแพทย์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ผู้เชี่ยวชาญจาก Roland Berger ซึ่งเป็นบริษัท Consulting ที่ใหญ่ที่สุดในยุโรปได้ ให้คำแนะนำถึงสิ่งที่จำเป็นในการทำ Digital transformation ในธุรกิจ Healthcare ให้ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้

1) สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเข้าสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization) คือการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมรับและพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่เข้ามาอยู่เสมอ แต่ละองค์กรต้องมีกลยุทธ์ในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงโดยนำนวัตกรรมมาใช้ ยกตัวอย่างเช่น การเลิกกระบวนการทำงานแบบ Silo (การทำงานที่ฝ่ายงานหรือหน่วยงานในองค์กรเดียวกันไม่ยอมแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน แยกส่วนกันทำงาน) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องทำ เพื่อให้พนักงานทำงานร่วมกัน แร่ข้อมูลซึ่งกันและกัน มีเป้าหมายร่วมกัน เดินไปในทิศทางเดียวกัน ทำงานได้แบบ Cross Functional อาจวัดผลการทำงานแบบ Project based

2) มีมุมมองที่เปิดกว้างรู้เท่าทันต่อสถานการณ์ต่างๆ

ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบตัว จากความไม่แน่นอนในสถานการณ์ปัจจุบัน บริษัทต้องประเมินผลกระทบกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับตลาดและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท บริษัทต่างๆ ควรปฏิบัติตามสมมติฐานที่ว่าตลาดการแข่งขันในอุตสาหกรรมของตนจะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงได้ตลอดเวลา สังเกตได้จากในปัจจุบันบริษัทด้านเทคโนโลยี เริ่มเข้ามามีบทบาทในธุรกิจด้าน Healthcare มากขึ้น

3) มุ่งเน้นไปที่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยวิธีการใหม่ๆ

เมื่อต้องเผชิญกับความหลากหลายทางการแข่งขัน ผู้บริหารต้องถามตัวเองว่าแนวคิดหรือโครงการใดที่จะสามารถผลักดันให้เกิดการทำงานแบบ Digitalization ได้จริง ควรจัดลำดับความสำคัญของแต่ละโครงการ สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือในด้านการให้บริการลูกค้า ต้องปรับตัวให้ใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้นกว่าที่เคยทำในอดีตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทต้องมุ่งเน้นการปฏิบัติงานทุกขั้นตอนเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

4) ใช้ประโยชน์จากพันธมิตรทางธุรกิจ

ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการสร้าง Ecosystems มากขึ้น เนื่องจากจะมีคู่ค้ารายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม ซึ่งจะต้องเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทั้งทางเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ จะเห็นได้จากบริษัทขนาดใหญ่ ในหลายๆ อุตสาหกรรม เริ่มเข้าไปร่วมมือกับกลุ่มบริษัท Tech Startup เพื่อนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับการดำเนินธุรกิจของตนทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเกิด Model ในการทำธุรกิจใหม่ๆ อีกด้วย ภาคอุตสาหกรรม Healthcare ด้านการแพทย์อานาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสร้าง Platform ในการเก็บข้อมูลของลูกค้า(ผู้ป่วย) ซึ่งข้อมูลที่จัดเก็บจะถูกนำมาวิเคราะห์ผู้ป่วย เพื่อใช้ในการตรวจรักษาวินิจฉัยโรคให้ถูกต้องแม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถให้การดูแลรักษาในแบบเฉพาะบุคคล (Personalized treatment) ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ป่วยได้รับการรักษาที่ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เขมจิรา พุ่มกาหลง. (2553). ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล ปทุมธานี.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จันทนา รักรักษ์นาค. (2554). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา บริหารธุรกิจ,คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2547).การจัดการและตลาดบริการ.กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1989).

- นัตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด.กรุงเทพฯ: ศ.เอเชียเพรส (1989).
- ดารา ทีปะปาลและธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553).การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2556).การจัดการการตลาด.กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). หลักการตลาด.กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ผ่องพิมล พิจารณ์สรณ์(2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลศิริราชปี ยมหรรษา การุณย์.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
นานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ยุพาพรรณ วรรณวานิชย์. (2548).การจัดการการตลาดบริการ.กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วราพร วิไลเลิศ และอิทธิกร จำเริญ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพของ ผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,คณะ
บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สารสมฤดี ธรรมสุริตี. (2554). ปัจจัยคุณภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อ ตรา
สินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต,
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริกานจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนใน กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อารี วัลยะเสวี. (2542).รูปแบบระบบบริการสุขภาพที่สอดคล้องกับสังคมไทยในทศวรรษ. นนทบุรี:
โครงการปฏิรูประบบบริการสาธารณสุข มูลนิธิโกมลคีมทอง