

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการใน
โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์¹

FACTORS INFLUENCES PATIENT SATISFACTION IN
NONGPHAI HOSPITAL PHETCHAIBUN PROVINCE

ณภัชกมล รัชชกุลภิญโญ²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือประชาชนที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 400 คน โดยใช้การวิเคราะห์พรรณนาคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis :MRA) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.50 อายุ 40 - 60 ปี ร้อยละ 40.80 สถานภาพสมรส ร้อยละ 59.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า ร้อยละ 52.30 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 30.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 51.50 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 5 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อความพอใจของผู้รับบริการ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดบริการ และด้านรายการส่งเสริมการขายตามลำดับ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางการแพทย์ 3 ด้านที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ตามลำดับ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่เกิดจากแรงจูงใจภายในของบุคลากรสังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก

² นักศึกษาระดับปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโทหลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดจันทบุรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 5 ด้านมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ได้ร้อยละ 64.4คุณภาพการให้บริการทางการแพทย์4 ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ58.5

ABSTRACT

The research "Factors Influencing customer satisfaction at Nongphai Hospital ,Phethabun Province. " is a quantitative research on the purpose of 1) To investigate that Influencing customer satisfaction in Nongphai Hospital ,Phethabun Province. 2) To examine the factors of marketing mix that Influencing customer satisfaction at Nongphai Hospital ,Phethabun Province. 3) To study the factors of service quality that Influencing customer satisfaction in Nongphai Hospital ,Phethabun Province. The samples in this research are 400 random samplings from received services at at Nongphai Hospital ,Phethabun Province

The findings showed that

1.Five marketing mix factors were found the in Nongphai Hospital ,Phethabun Province on satisfaction to receive medical from Nongphai Hospital ,Phethabun Province at significanc level of 0.05 The most Influential factors were found from product ,physical vevidence ,cost,place and promotion respectively.

2.Three factors of service quality were found the in Nongphai Hospital ,Phethabun Province on satisfaction to receive medical from Nongphai Hospital ,Phethabun Province at significanc level of 0.05 The most Influential factors were found from responsiveness,empathy factor and tangibles factors for alternatives respectively.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ในฐานะเป็นโรงพยาบาลที่เป็นที่พึ่งของประชาชนและสังคมในด้านการบริการรักษาพยาบาล ปัจจุบันมีการให้บริการผู้ป่วยนอกเฉลี่ยวันละ 400 คนป่วยในได้ 150 เตียง ได้จัดทำกรให้บริการสาธารณสุข บริการรักษาพยาบาลให้แก่ประชาชนในทุกกระดับ จึงทำให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และทำให้ผู้ป่วย ญาติ และประชาชนทั่วไปต่างมุ่งหวังได้รับบริการที่ดี มีประสิทธิภาพ ต้องการดูแลรักษาอย่างเร่งด่วน ฉับพลัน ปลอดภัย ต้องการทราบข้อมูล คำแนะนำในการปฏิบัติตน รวมถึงการรักษาพยาบาลที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้นเอาใจใส่ ไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นรู้สึกผ่อนคลาย เกิดความคาดหวัง เป็นการสร้างสัมพันธภาพระหว่างเจ้าหน้าที่ ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติ

ทางบวกเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุดและสามารถกลับมาใช้ชีวิตได้อย่างปกติ การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาความต้องการของผู้รับบริการและเป็นการให้ผู้รับบริการได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงระบบการบริการสุขภาพโดยรวม โดยบุคลากรทางการแพทย์มีบทบาทสำคัญที่จะทำให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการ

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาและวิจัย “เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ” เพื่อนำผลไปใช้ในการพัฒนาด้านคุณภาพการบริการ และการให้บริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีทางการแพทย์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทการให้บริการ การรักษาพยาบาล การดูแลผู้ป่วย ให้ได้รับบริการที่เป็นมาตรฐานและมีคุณภาพ รวมไปถึงการปรับปรุงการดำเนินงานของโรงพยาบาลเพื่อให้ตอบสนองต่อ นโยบายของรัฐ และตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ต่อไป

คำถามการวิจัย

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ เป็นอย่างไร
2. ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการใน โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือไม่ อย่างไร
3. คุณภาพการให้บริการทางการแพทย์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือไม่ มากน้อยเพียงใด และอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการใน โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางการแพทย์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

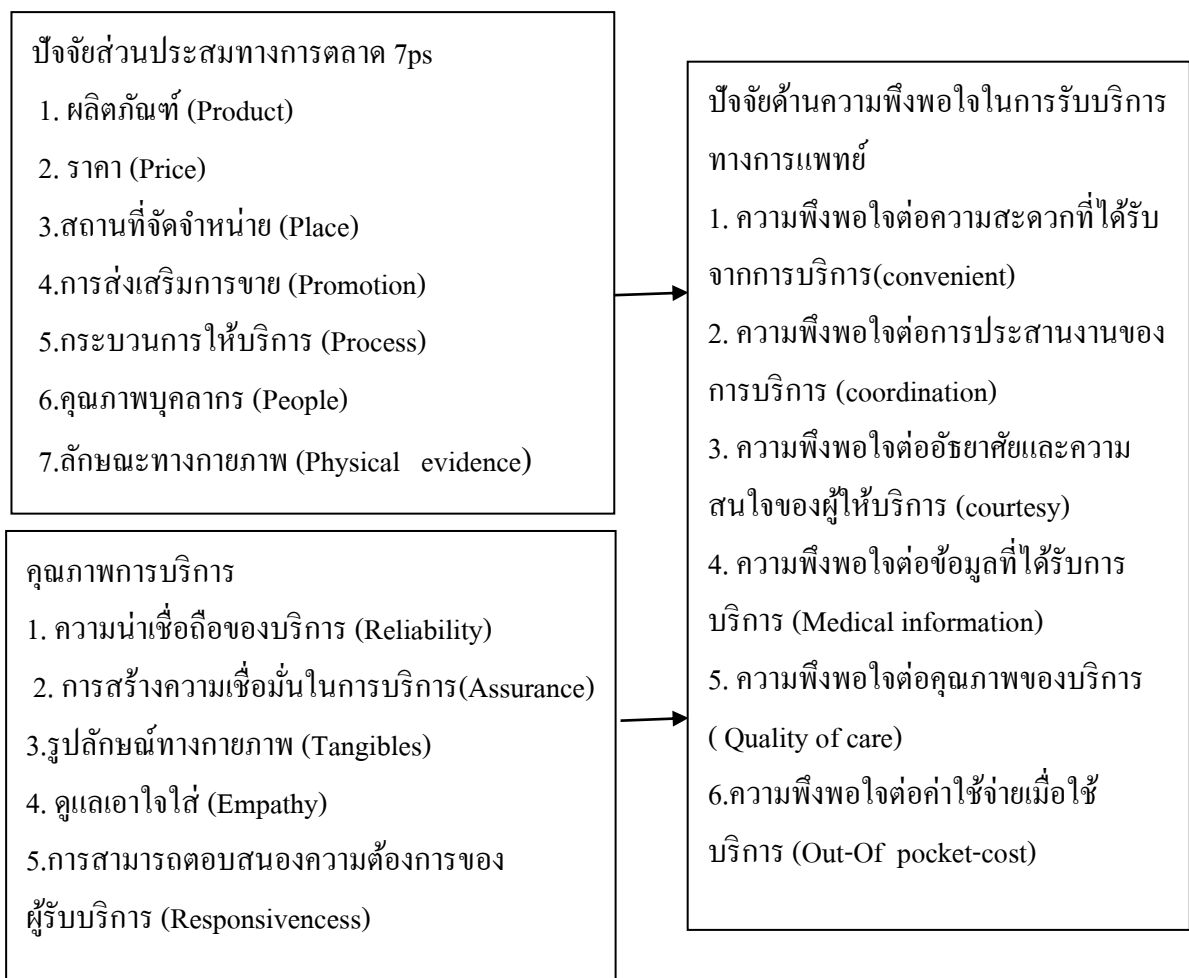
ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์” ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือผู้มารับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้มารับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่จังหวัดเพชรบูรณ์ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณจากสูตรที่ใช้ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% (หรือ 0.05) 2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 2 ปัจจัย

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps จำนวน 7 ข้อ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. สถานที่จัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)
5. กระบวนการให้บริการ (Process)
6. คุณภาพบุคลากร (People)
7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)

2) คุณภาพการบริการ จำนวน 5 ข้อ

1. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability)
2. การสร้างความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance)
3. รูปสัญลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles)
4. คุดูแลเอาใจใส่ (Empathy)
5. การสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

1) ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (convenient)
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (coordination)
3. ความพึงพอใจต่ออริยาสัยและความสนใจของผู้ให้บริการ (courtesy)

4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ (Medical information)
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of care)
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out-Of pocket-cost)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามให้เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งเป็นเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบบสอบถามลักษณะ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed form) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) จำนวนทั้งสิ้น 60 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ตัวแปรตาม ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด จำนวนทั้งสิ้น 30 ข้อ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยทดสอบความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. หากความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการตรวจสอบเอกสารแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความถูกต้องในเชิงของเนื้อหา (content validity) ก่อนนำไปทดลองใช้

2. หากความเชื่อมั่น (reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (try-out) กับบุคคลที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของผู้ตอบที่มีต่อคำถาม ลำดับของคำถาม ความถูกต้องของคำถาม แล้วนำมาแก้ไขข้อบกพร่องก่อนออกเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha, อ้างถึงบุญเรือง, 2543, หน้า 58-60) โดยคำถามที่มีค่า Cronbach's Coefficient Alpha 9 ต่ำกว่า 0.6 จะถูกตัดทิ้ง ผลการทดสอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.982 หรือมีค่าความเชื่อมั่น ที่ยอมรับได้ร้อยละ 98.2 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงได้ นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท โดยผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มารับบริการโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัด เพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน การแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลนั้น รวบรวมจนครบจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ปัจจัยคุณภาพบริการ และปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ จากเอกสารรายงาน ตลอดจนรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เอกสาร ตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษา ค้นคว้าด้วยตัวเอง และจากวารสารของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ห้องสมุด หนังสือพิมพ์ รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและการวิเคราะห์สรุปผล

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative Analysis) ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

เพื่ออธิบายความคิดเห็นของคำตอบเกี่ยวกับการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ปัจจัยคุณภาพบริการ และ ปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายระดับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และความเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ปัจจัยคุณภาพบริการ และ ปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และเพื่อพยากรณ์ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการรับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (pearson Product – Moment Correlation Coefficient) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการทดสอบเพื่อวัดระดับความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร มีเกณฑ์การพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีดังนี้

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์
0.100 – 0.200	ต่ำมาก
0.201 – 0.400	ต่ำ
0.401 – 0.600	ปานกลาง
0.601 – 0.800	สูง
0.801 – 0.999	สูงมาก

3. นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

1. ผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.50 อายุ 40 - 60 ปี ร้อยละ 40.80 สถานภาพสมรส ร้อยละ 59.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย/เทียบเท่า ร้อยละ 52.30 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรกรรม ร้อยละ 30.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 51.50

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.121 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.68 อันดับที่สองคือ ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.392 อันดับที่สาม คือด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.378 อันดับที่ดีที่สุดคือ ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.21 อันดับที่ย่ำ คือ ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.582 และลำดับสุดท้ายคือด้านความพึงพอใจต่ออรรถาธิบายและความสนใจของผู้ให้บริการ

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7ps ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.120 อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ด้านราคาอยู่ในความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ย 3.476 อันดับที่สองคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.262 อันดับที่สาม คือลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.240 อันดับที่ดีที่สุดคือด้านคุณภาพของบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.140 อันดับที่ย่ำ คือ ด้านช่องทางการจัดบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.062 อันดับที่ย่ำคือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 2.928 อันดับสุดท้ายคือ ด้านรายการส่งเสริมการขาย อยู่ มีค่าเฉลี่ย 2.770

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.265 มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ พบว่า ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.342 อันดับที่สองคือ ด้านการสร้างความเชื่อมั่นในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.34 อันดับที่สาม คือด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 3.316 อันดับที่ดีที่สุดคือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.182 และอันดับที่ 5 คือด้านความน่าเชื่อถือของบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.148

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ สรุปผลได้ว่ามีปัจจัย 5 ด้านมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านรายการส่งเสริมการขายและด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางแพทย์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าปัจจัย 3 ด้าน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ร้อยละ 58.5 ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านความสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1.ทาง โรงพยาบาลควรจัดหาเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้เพียงพอกับผู้รับบริการใน วันที่มีผู้เข้ารับบริการจำนวนมาก

2 ควรมีระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้มารับบริการควรปรับระบบการนัดหมายและการให้บริการของผู้ให้บริการเพื่อให้บริการด้วยความตรงต่อเวลา มี ความถูกต้องและมีความสม่ำเสมอ เนื่องจากผู้มารับบริการมีจํา นวนมากขึ้น

3.ผู้ให้บริการต้องปรับปรุงการให้บริการให้เหมือนกันทุกรายโดยไม่ต้องเลือกปฏิบัติหรืออํานวยความสะดวกให้กับบุคคลที่ตนรู้จักก่อนผู้อื่นผู้ให้บริการควรสร้างจิตสำนึกในการให้บริการให้เพิ่มขึ้นมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้บริการกับผู้มารับบริการให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการปรับปรุงนโยบายจัดผู้ให้บริการมีจํา นวนเพียงพอตามความต้องการของผู้มารับบริการในวันที่มีผู้มารับบริการเป็นจํา นวนมาก เช่น ผู้ป่วยรับยาโรคเบาหวาน เป็นต้น

2.ควรมีการปรับปรุงนโยบายการบริการ ระยะเวลาการให้บริการให้มีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้รับบริการ เช่นการให้บริการเบ็ดเสร็จในจุดเดียว ระยะเวลาให้ตรวจ ตามวิถีชีวิตของชุมชน เป็นต้น

3. ควรมีนโยบายการบริการของผู้ให้บริการมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น ในการให้บริการเช่น เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรมาก่อนถึงเวลาให้บริการเพื่อให้แสดงออกถึงการให้ความสำคัญของการบริการ

4. ควรมีนโยบายให้บริการต่อผู้รับบริการเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ เช่น มี บริการให้ขอคิวทางโทรศัพท์ หรือทางแอปพลิเคชันของทาง โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยปัญหาการให้บริการในแต่ละกลุ่มงานของ โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้รู้ถึงปัญหาในการให้บริการผู้มารับบริการ

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ในแต่ละกลุ่ม งานของ โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจ เจตคติและ ความสามารถในการปฏิบัติงานจนเป็นที่ประทับใจของประชาชนผู้มารับบริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวในการศึกษาครั้งต่อไปอาจเพิ่มในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามาด้วยโดยเพิ่มการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โรงพยาบาลเพื่อให้จะได้ศึกษาแนวทางการพัฒนางานบริหารอย่างต่อเนื่อง

2. ควรทำการศึกษาประเด็นอื่นที่คาดว่าจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการใน โรงพยาบาลหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้เกิดคุณภาพการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด

3. การศึกษานี้เป็นการสำรวจจากผู้รับบริการที่โรงพยาบาลรัฐเพียงแห่งเดียวในเขตอำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ หากขยายการศึกษาไปยังหน่วยงานอื่นอาจจะให้ผลการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป สำหรับงานวิจัยในอนาคตควรทำการศึกษามากกว่า 1 โรงพยาบาลเพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบคุณภาพของการบริการ อาจทำให้เห็นแนวโน้มการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลของรัฐในเขต จังหวัดเพชรบูรณ์ให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น และทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ

บรรณานุกรม

- Aday , L. N., & Andersen, R. (1978). Theoretical and methodological issues in sociological studies of consumer satisfaction with medical care. *Social Science and Medicine*, 12,28.

- Etzel, Michael J., Bruce J. Walker.; & William J. Stanton. (2001). *Marketing. 12th edition.*
Boston: McGraw-Hill, Inc
- Fayol, Henri. (1949). *General and Industrial Management.* London : Sir Isaac Pitman & Sons.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education.* 3rd ed. New York : McGraw – Hill Book Inc.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*
 (9th ed.). New Jersey: A Simon & Schuster.
- Maslow, A.H. (1943). *A theory of human motivation. Psychological Review, 50,370-96.*
- Morse, J. M. (1995). *The significance of saturation.* Qualitative Health Research, 5,147-149
- Millet, J.D. (1954). *Management in the Public Service.* New York : McGraw Hill Book Company
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A conceptual model of service
 quality and its implications for future research.* Journal of marketing 49, Fall: 41-50.
- Pearson, P. D. & Johnson, D. (1978). *Teaching reading comprehension.* New York :
 Holt, Rinehart, and Winston.
- Shelley, Maynard W. 1975. *Responding to Social Change.* Pennsylvania : Dowden, Hutchison.
- Yamane, T. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis* (3 rd ed) New York : Harper and Row
 Publication
- Zeithaml, V. A. , & Bitner, M. J. (2000). *Services marketing: Integrating customer focus
 across the firm* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill
- เกษราพร แก้วลาข.(2557). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของโรงพยาบาล
 ส่งเสริมสุขภาพตำบล เครือข่ายบริการสุขภาพวาปีปทุม อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม เข้าถึง
 ได้จาก [http:// wapihos.com index. php? Option = com_phocadownload & view =catagory &
 download = 38](http://wapihos.com index. php? Option = com_phocadownload & view =catagory & download = 38)
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2546). *การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ครั้งที่2. ชรรคมถการพิมพ์.*
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). *การตลาดบริการ(พิมพ์ครั้งที่10).* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูชัน
 เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2547). *แนวคิด ทฤษฎี และหลักการรัฐประศาสนศาสตร์ในการ
 ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2549). การจัดการการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 5).* กรุงเทพฯ:
 เพียร์สัน เอ็ดดูเคชัน อินโดไชน่า.
- เบญจภา แจ่มเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร
 รถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- พระวิทยา อธิธิญาโณ (กางเกตุ).(2561). *คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริม
 สุขภาพตำบลบ่อใหญ่.วิทยานิพนธ์สาขาการพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย,มหาวิทยาลัยจุฬาลง
 กรณราชวิทยาลัย*

มนสิชา สุขชม. (2556). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขต กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา บริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.

โรงพยาบาลหนองไผ่ (2565). ข้อมูลโรงพยาบาล. เข้าถึงได้จาก

<https://www.nongphaihos.com>

รดาณัฐ เต๋นศักดิ์ตระกูล. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าด้านคุณภาพการบริการในการซ่อมบำรุงอากาศยานและชิ้นส่วนอากาศยาน ของบริษัทอุตสาหกรรมการบิน จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.

สมหมาย เป็ยถนอม. (2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

สุชีรา ธรรมบันดาลสุข. (2549). ปัจจัยที่ผู้ประกันตนใช้ประกอบการพิจารณา

เลือกใช้บริการรักษาพยาบาลตามโครงการประกันสังคมของโรงพยาบาลในเครือบางปะกอก.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย

หอการค้าไทย.

อำเภอหนองไผ่ (2565). ข้อมูลทั่วไปอำเภอหนองไผ่. เข้าถึงได้จาก

<https://th.wikipedia.org/wiki>

เอกประภู เอกะสิงห์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา.

งานนิพนธ์สาขา บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร, มหาวิทยาลัยบูรพา