

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของโรงพยาบาล

กรณีศึกษาโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ¹

Factors Affecting the Satisfaction of Hospital Clients : Case study of

Thammasat University Hospital.

พศิตาภาลี ห่วงวัชรมาริน²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มี 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสรุปผลการวิจัยมาใช้เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากรเป็นการเสริมสร้างแนวทางและมาตรฐานในการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจจากผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์ จำนวน 330 รายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ส่วนในด้านปัจจัยส่วนบุคคล โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้และระดับการศึกษา สรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันโดยภาพรวมไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง (7 P's) ด้านนั้นต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : การบริการ, ผู้รับบริการ, ความพึงพอใจ

Abstract

The purposes of this study were : 1) To study the level of satisfaction of service clients of Thammasat University Hospital 2) To study the factors affecting the satisfaction of Thammasat University Hospital clients. To use the data obtained from the research summary to be information in human resource development to strengthen the guidelines and standards in the service of medical personnel. 330 users of Thammasat hospital services. The results of the analysis of data on the personal factors of the sample were mostly female, the opinion level of the sample. About the

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของโรงพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปปริญญาโท หลักสูตรทวีปปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

satisfaction of using the service Thammasat University Hospital, overall was at the highest level. Which is not in accordance with the assumptions established. In terms of personal factors by gender, age, occupation, income and education level. It can be concluded that the different personal factors overall did not influence the service satisfaction. Which is not in accordance with the assumptions established and in terms of marketing mix factors, both (7 P's), that side, to the overall satisfaction of the service recipients of Thammasat University Hospital. Statistically significant at 0.05.

Keywords: Service, Customer, Satisfaction

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดตั้งขึ้นเพื่อถวายเป็นพระราชกุศล เนื่องในมหามงคลสมัยที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงมีพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า “โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ” พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์ เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2529 และเปิดให้บริการประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2530

ในปี 2563 โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติเติบโตก้าวสู่ปีที่ 33 ปีแห่งการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน ทั้งทางด้านศักยภาพการให้บริการ ด้านการพัฒนาทางเทคโนโลยี ด้านการพัฒนาคูณกร ด้านการบริหาร และด้านโครงสร้างทางกายภาพขอบเขตการบริการ

โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติเป็นโรงพยาบาลระดับตติยภูมิขั้นสูงที่มีศักยภาพในการให้การรักษาด้านศัลยกรรมทุกสาขาวิชา รวมทั้งเป็นที่รับส่งต่อผู้ป่วยจากโรงพยาบาลอื่น ๆ ให้บริการทั้งประเภทผู้ป่วยนอก ผู้ป่วยใน ผู้ป่วยฉุกเฉิน ผู้ป่วยส่วนใหญ่ของโรงพยาบาลมีภูมิลำเนาในจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา กรุงเทพฯ และจังหวัดต่าง ๆ ในภาคกลาง ศูนย์ความเป็นเลิศทางคลินิก (Center of Excellence) จำนวน 5 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์ความเป็นเลิศในโรคหลอดเลือดสมอง ศูนย์ความเป็นเลิศทำเบาหวาน ศูนย์ความเป็นเลิศทางด้านโรคมะเร็งและโรคระบบหายใจ ศูนย์หัวใจธรรมศาสตร์ และศูนย์ตาธรรมศาสตร์

Service Excellence จำนวน 4 ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์ความเป็นเลิศโรคไต ศูนย์ความเป็นเลิศข้อเข่าและสะโพกเสื่อม TU Sport Medicine and Shoulder Center และระบบทางเดินหายใจแบบครบวงจร ทีมบริการเพื่อพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทางคลินิก (Start up) จำนวน 3 ศูนย์ ได้แก่ ทีมคลินิกสุขภาพเพศ ทีมศูนย์ทำหลอดเลือดสำหรับพอกเลือด ทีมโภชนาการโรคอ้วนและเมตาบอลิกให้บริการดูแลรักษาผู้ป่วยเฉพาะทางครบวงจร ได้แก่ ศูนย์ส่องกล้องและหัตถการพิเศษ ศูนย์ข้อเทียม (Thammasat Joint Replacement Center) ศูนย์บำบัดทดแทนไตครบวงจร (Thammasat Renal Replacement Therapy Center : TRRTC) ศูนย์รักษาผู้มีบุตรยาก (Thammasat Fertility Center) ศูนย์อุบัติเหตุ (Trauma Center) ศูนย์ผิวหนัง (Skin Center) ศูนย์เลสิกธรรมศาสตร์ (Thammasat LASIK Center) ศูนย์ตรวจวินิจฉัยและรักษาทารกในครรภ์

(Fetal Diagnosis and Therapy Center) ศูนย์ปลูกถ่ายอวัยวะ ศูนย์รังสีรักษาและมะเร็งวิทยา (Thammasat Radiation and Oncology Center : TROC)

เป็นสถาบันการเรียนการสอน การวิจัยและการฝึกปฏิบัติของนักศึกษาจากคณะแพทยศาสตร์ ได้แก่ นักศึกษาแพทย์ นักศึกษาแพทย์แผนไทยประยุกต์ แพทย์ใช้ทุน แพทย์ประจำบ้านทุกสาขา แพทย์ประจำบ้านต่อยอด รวมทั้ง นักศึกษาจากคณะวิทยาศาสตร์สุขภาพอื่น ๆ อาทิ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะสหเวชศาสตร์

คณะทันตแพทยศาสตร์ วิทยาลัยแพทยศาสตร์นานาชาติจุฬาภรณ์ และคณะเภสัชศาสตร์ ตลอดจนสาขาวิชาอื่น ได้แก่ คณะสังคมสงเคราะห์ รวมถึงโรงเรียน และสถาบันต่าง ๆ ที่มาศึกษาดูงานเป็นสถาบันคู่สัญญาหลักของหน่วยบริการปฐมภูมิภายใต้โครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้าและสถานพยาบาลของผู้ประกันตน สำนักงานประกันสังคม

จากความต้องการรักษาพยาบาลที่มากขึ้น และการสนับสนุนจากภาครัฐจึงเกิดการแข่งขันอย่างมากในวงการสาธารณสุข โรงพยาบาลเอกชนเข้ามามีบทบาทอย่างเข้มข้น เนื่องจากตอบสนองความต้องการในด้านอื่น ๆ ที่ผู้ป่วยต้องการ โรงพยาบาลเอกชนเปลี่ยนแปลงจากการเน้นชุกชุมทางด้านบริการรักษาอาการเจ็บป่วย ไปสู่การให้บริการดูแลสุขภาพที่ครบวงจรมากขึ้น เช่น การให้ความรู้ด้านโภชนาการอาหาร การออกกำลังกาย แนะนำผลิตภัณฑ์อาหารที่เกี่ยวข้องโดยความร่วมมือทางธุรกิจเพื่อต่อยอดทางธุรกิจ เช่น อาหารเสริม การบริการผู้ป่วยที่บ้าน และโรงพยาบาลเอกชนเองยังมีจุดแข็งเรื่องความสะดวกสบายในการรับบริการ ความรวดเร็ว และการบริการอย่างดี ส่งผลให้โรงพยาบาลรัฐบาลหลายแห่งต้องปรับตัวเพื่อให้ทันต่อการแข่งขันในธุรกิจการสร้างประทับใจให้ผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากผู้รับบริการมีความจำเป็นต้องได้รับการดูแลรักษาอย่างเร่งด่วน ฉับพลัน เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ดังนั้นผู้รับบริการจึงมีความต้องการที่จะทราบข้อมูลคำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนของการรับบริการและต้องการความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาการที่เป็นอยู่ อีกทั้งต้องการที่จะได้รับการรักษาพยาบาลที่แสดงออกถึงความกระตือรือร้น เอาใจใส่ เอื้ออาทร และความอ่อนโยน ทั้งการกระทำและกิริยาท่าทาง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นเกิดความมั่นใจ การสร้างประทับใจในครั้งแรกเกิดจากการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้รับบริการ ถ้าผู้รับบริการได้รับการแสดงการต้อนรับที่อบอุ่นเต็มใจและยินดี ผู้รับบริการจะรู้สึกผ่อนคลายเกิดความคาดหวัง ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติทางบวก แต่ในทางกลับกันถ้าผู้รับบริการได้รับการต้อนรับที่ไม่เป็นมิตร ผู้รับบริการจะเกิดความไม่ไว้วางใจและไม่เชื่อมั่นต่อเจ้าหน้าที่

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดผลลัพธ์ทางการพยาบาลให้เกิดการประเมิน เพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการและเป็นการให้ผู้รับบริการได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงระบบการบริการสุขภาพของสถานบริการและระบบการบริการสุขภาพโดยรวม โดยบุคลากรทางการแพทย์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจต่อการบริการ ผู้รับบริการนอกจากจะมีความต้องการสุขภาพอนามัยที่ดีแล้ว ยังต้องการบุคลากรทางการแพทย์ที่มีพฤติกรรมที่แสดงถึงความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจ ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น มีสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเอง มีท่าทางและสายตาเป็น

มิตร ใช้วาจาที่สุภาพเหมาะสม มีน้ำเสียงที่ไพเราะ สามารถพูดให้กำลังใจ ให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการและเป็น ที่ฟังได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ ผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นพื้นฐานสำคัญในการ พัฒนาระบบบริการ ในการจัดบริการที่เหมาะสมตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ เป็นไปตามมาตรฐาน การบริการของโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันหรือไม่
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาล ธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

คำถามในการวิจัย

- 1) ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ อยู่ในระดับใด
- 2) ผู้รับบริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน หรือไม่อย่างไร
- 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใดบ้างส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาล ธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ อยู่ในระดับดีมาก
- 2) ผู้รับบริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาล ธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ แตกต่างกัน
- 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์ เฉลิมพระเกียรติ

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎี: ความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน (2542) ได้กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ เท่ากับ รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

Aday and Anderson, 1975 (อ้างถึงในอรพินท์ ไชยพะยอม, 2542: 18) กล่าวว่าปัจจัยพื้นฐาน 6 ประการ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการรักษาพยาบาลและความรู้สึกของผู้ป่วยที่ได้รับจากบริการ มีดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) แบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ (Office Waiting Time)

1.2 การได้รับการดูแลรักษาเมื่อมีความต้องการ (Availability or Care When Need)

1.3 ความสะดวกที่ได้รับในสถานบริการ (Base of Getting to care)

2. ความพึงพอใจต่อการประสานบริการ (Coordination) แบ่งออกเป็น

2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย (Getting All Need at One Place)

2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย ได้แก่ ด้านร่างกายและจิตใจ (Concern of Doctor for Overall Health)

2.3 แพทย์มีการติดตามผลการรักษา (Follow-up Care)

3. ความพึงพอใจต่ออริยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอริยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย

4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Medical Information)

4.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุของการเจ็บป่วย

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้การรักษาแก่ผู้ป่วย (Information about Treatment) เช่น การปฏิบัติตนเองของผู้ป่วยและการใช้ยา เป็นต้น

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ (Quality of Care) ได้แก่คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับในทัศนะของผู้ป่วยที่มีต่อบริการของโรงพยาบาล

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out of Pocket Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาความเจ็บป่วย

พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นนั้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน มีแนวความคิดว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการและมีอยู่ตลอดเวลาเมื่อความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วก็จะไม่มีความหมายสำหรับบุคคลนั้นต่อไป

แนวคิดและทฤษฎี: ส่วนประสมทางการตลาด

Philip Kotler (Kotler, 2003a, p.11) ได้มีการแบ่งระดับของแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออกเป็น (Kotler, 1984) ระดับแรก การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) โดยการตลาดแบบนี้มีจุดมุ่งหมายหลักคือ การสร้างความตระหนักในตราสินค้า(brands)แบบที่เคยมุ่งเน้นกันมา โดยการตลาดที่อยู่ในระดับขั้นนี้จะมุ่งให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix '7Ps)

Philip Kotler (อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์: 2541) ได้กล่าวถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่

ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

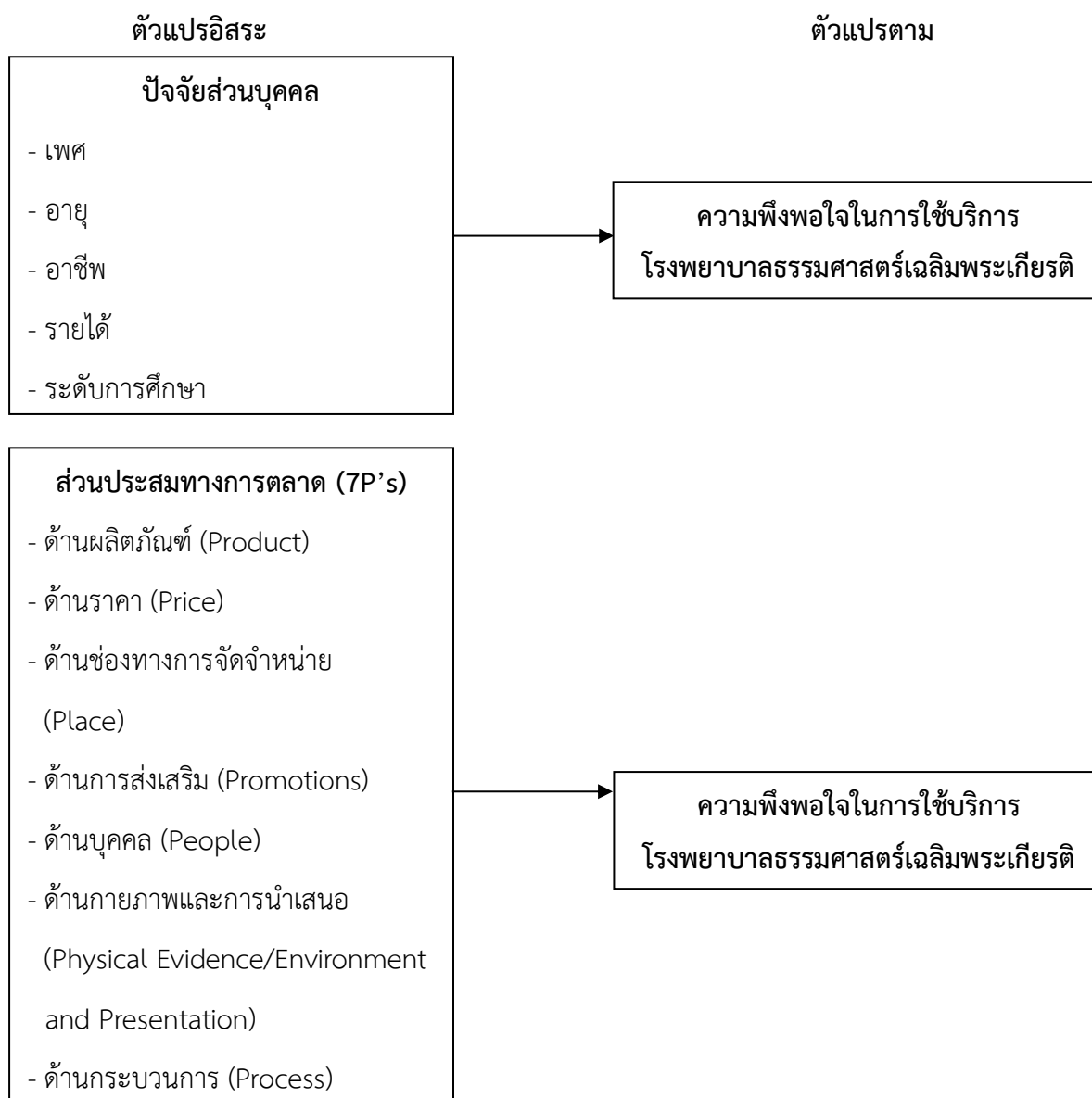
4. **ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. **ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. **ด้านกระบวนการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของโรงพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Sample) จากผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติตามสูตรหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1970) จากประชากร 1,728 ราย กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงกำหนดกลุ่มประชากรเพื่อทำการวิจัยในจำนวน 330 ราย

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.70) มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 34.60) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง (ร้อยละ 51.80) มีรายได้ระหว่าง 20,000 - 30,000 บาท (ร้อยละ 43.40) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.30)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7 P's)

พบว่าปัจจัยการจัดการความเครียดโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ด้านสถานการณ์ COVID-19 (ร้อยละ 3.13) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (ร้อยละ 2.89) ด้านระบบการบริหารงาน (ร้อยละ 2.85) และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 2.41)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ

พบว่าความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 4.22) เมื่อพิจารณารายชื่อ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในด้านการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันโดยภาพรวมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้น เพศ ที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริม (Promotions) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) สรุปได้ว่า โดยภาพรวม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติทุก ๆ ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะและการใช้ประโยชน์จากการวิจัย

1) ควรมีการพัฒนาและประยุกต์ใช้โดยการนำข้อเสนอแนะของผู้รับบริการไปเป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงให้เหมาะสม รวมทั้งควรมีการประเมินและพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทั้งระบบในการให้ข่าวสารข้อมูล การจัดสถานที่ การชี้แจงเรื่องลำดับในการเข้ารับการรักษา เป็นต้น

2) ควรตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนางานบริการของเจ้าหน้าที่ โดยสอดแทรกจรรยาบรรณวิชาชีพโดยเน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลางอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

3) ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนากระบวนการและรูปแบบในการให้บริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบในการให้บริการ ตลอดจนการให้ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้รับบริการและญาติผู้รับบริการให้มีรูปแบบการปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานต่อไป

บรรณานุกรม

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นานมี
บุ๊คส์พับลิเคชันส์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2552: 80-81) **ส่วนประสมการตลาด**. สืบค้น 30 มีนาคม 2564 จาก
<http://spssthesis.blogspot.com>

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

Philip Kotler. Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). **Principles of marketing**. (9th ed.).
New Jersey: Prentice-Hall.