

ปัจจัยทางพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง
อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี¹

Factors of Behavior Affecting The Satisfaction of Customer who were Service
Recipients of Thaluang Hospital, Thaluang District, Lopburi.

ชนภา วิหารพรหม²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และประสบการณ์ ประชากรที่ทำการศึกษา คือผู้ที่ใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถาม 400 ชุด แล้วจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน และใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ T-Test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะ 2 กลุ่ม ใช้สถิติ ANOVA (One way Analysis of Variance) ในกรณีเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม หากพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการของ LSD (Least Significant Different) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพื้นฐาน และในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เป็นสถิติเพื่อการวิเคราะห์

ผลที่ได้จากการวิจัยทำให้ทราบถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังต่อไปนี้ คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และประสบการณ์ ผลการวิจัยพบว่า เพศ ประเภทของการรับบริการ ความถี่ในการใช้บริการ การขอรับบริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : โรงพยาบาลท่าหลวง , ความพึงพอใจ , ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยทางพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

This research aimed to study Factors Of Behavior Affrcting The Satisfaction of Customer who were Service Recipients of Thaluang Hospital, Thaluang District, Lopburi. By using The 7Ps of Marketing Mix namely Product, Price, Place, Promotion, People or Employee, Physical Evidence and Presentation, and Process. The sample of this study consisted of 400 clients by using questionnaire as instrument. Moreover, the statistical analysis which are using in these study are inferential statistics, T-test, To compares the means between the groups which is ANOVA (The one way analysis of variance). In result of case found out that two group have a significant level of .05, the statistical analysis is using LSDs (Least Significant Different test) that is a simple calculation which allows the means of two or more pre-determined varieties to be compared.

The research results show that most of customers are female, age over 60 years. The finding revealed that the customer satisfaction of Thaluang Hospital was high level overall. Consideration in each part indicated the following; the first rank was Price, the second was Promotion, Place, People, Process, Product, The last rank that was Physical Evidence and Presentation. With comparison of people's level of satisfaction with the service system of Thaluang Hospital, Lopburi by population factor, it can be concluded that differences in gender, the frequency in using Thaluang Hospital and the average cost per time were significantly different.

Keywords : Thaluang Hospital , Satisfaction , Marketing Mix

บทนำ

นโยบายกระทรวงสาธารณสุขได้ให้โรงพยาบาลของรัฐทุกระดับพัฒนาระบบบริการสาธารณสุข เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่มีคุณภาพและเกิดความพึงพอใจ ด้านคุณภาพการให้บริการภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากร รัฐได้เน้นนโยบายการจัดบริการ สาธารณสุข ให้มีความสำคัญในการกระจายบริการสาธารณสุขให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อความเป็นธรรมในการ เข้าถึงบริการ โดยการสร้างหลักประกันสุขภาพโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค ซึ่งส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดีขึ้น เข้าถึงบริการได้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามโรงพยาบาลภาครัฐที่มีสถานที่คับแคบ แออัดขาดแคลนอุปกรณ์ทางการแพทย์ บุคลากรไม่เพียงพอจากการเพิ่มปริมาณของผู้ป่วยมากขึ้น ทำให้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลไม่เป็นที่ไว้วางใจและเชื่อมั่นของ ผู้ใช้บริการส่งผลทำให้ประชาชนที่จำเป็นต้องใช้ บริการของรัฐเกิดความรู้สึกที่ไม่ได้รับการรักษาที่ดีกว่า โรงพยาบาลท่าหลวงเป็นโรงพยาบาลชุมชนที่ให้การบริการในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิระดับต้น ซึ่งมีพันธกิจหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านสาธารณสุขของไทย ที่เพิ่มมากขึ้นทั้งจากจำนวนประชากรและช่วงวัยที่ต้องการ การรักษาพยาบาลจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรในช่วงตั้งแต่อายุ 65 ปีขึ้นไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในบริการด้านต่าง ๆ ของโรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง แตกต่างกันไป ตามลักษณะประชากร
2. ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง แตกต่างกันไป ตามพฤติกรรมการใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางพฤติกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี โดยมีขอบเขตดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาปัจจัยทางการตลาดด้านการบริการทางการตลาด 7 ปัจจัย (7Ps) ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้มาใช้บริการที่โรงพยาบาลแผนกผู้ป่วยนอก จำนวน 58,084 คนต่อปี และแผนกผู้ป่วยในจำนวน 2,754 คนต่อปี (ข้อมูลปี พ.ศ. 2562) การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งนำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 0.05 ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้มาใช้บริการตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2563

นิยามเชิงปฏิบัติการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนอง ความต้องการทางด้านจิตใจ ด้านกายภาพของลูกค้าให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่คาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อสินค้าหรือบริการ ตอบสนองต่อความต้องการหรือเกินความคาดหมาย โดยในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ 5 ระดับคือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด ไม่สามารถประเมินได้

ปัจจัยการตลาดด้านการบริการ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสุขภาพ ของผู้มารับบริการ ในโรงพยาบาล ประกอบด้วย ปัจจัยทางการตลาดด้านการบริการทางการตลาด 7 ปัจจัย (7Ps) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีส่วประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายกับการปรับปรุงคุณภาพ ทางด้านการบริการ โดย I Hotel Marketer (2012,อ้างอิงจาก Kotler,1999) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สนองต่อความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์ กล่าว คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ชลรัฐ ก่ออม ประเสริฐ (2559) ได้กล่าวว่าการบริการถือเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็ความสะดวกรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้คำปรึกษา เป็นต้น

ด้านราคา (Price) คือ คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ธนาวรรณ ดวงจันทร์ (2557) ได้ให้ความหมายของคำว่า ราคา คือ ตัวแปรสำคัญในส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยราคาได้ถูกใช้เป็นเครื่องที่แสดงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งราคานั้นยังมีความหมายที่แตกต่างกัน สำหรับผู้บริโภคและผู้ขาย ในมุมมองของผู้บริโภคราคา หมายถึง ค่าใช้จ่าย หรือจำนวนเงินที่ต้องจ่ายชำระ เมื่อผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ขณะที่ในมุมมองของผู้ขาย ราคา คือ ที่มาของรายได้และกำไรขององค์กรธุรกิจ ราคาที่สูงกว่าระดับราคาตลาดอาจสามารถสื่อถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์อื่นที่วางจำหน่ายในตลาด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการนำเสนอด้านบริการให้แก่ลูกค้า โดยมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ธนาวรรณ ดวงจันทร์ (2557) ได้กล่าวถึง ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จำเป็นและต้องทำเพื่อย้ายผลิตภัณฑ์ไปสู่ลูกค้าให้ถูกต้องในเวลาที่ถูกต้องการ โดยการจัดจำหน่ายนี้จะเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสามารถผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่ถูกต้อง ด้วยต้นทุนของระบบการจัดจำหน่ายรวมต่ำที่สุด และในขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านบริการ

ด้านการส่งเสริม (Promotions) คือ เครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ ชนาวรรณ ดวงจันทร์ (2557) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการขาย เป็นการสื่อสารคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์บริการ เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อก่อให้เกิดอิทธิพลทางความคิด ที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) นั้นต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการ สามารถแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้

ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ การนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม รวมถึงการสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรที่จะได้รับ

ด้านกระบวนการ (Process) นั้นเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และการปฏิบัติงานในด้านการบริการ ควรนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประชากร และแนวความคิดเกี่ยวกับด้านประชากร เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักของความเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับ วชิรวัชร งามละม่อม (2558) กล่าวว่าไว้ว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ คือ ความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคลซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงานและประชากรศาสตร์ แสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่าง ๆ

ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่าง ๆ โดยมีลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ

มีผู้ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจไว้เป็นจำนวนมาก รวมทั้งนักวิชาการได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้จำนวนมากเช่นกัน ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมงานศึกษาและแนวคิดเหล่านี้เพื่อเป็นแนวทางการศึกษา สุวิมล คำข่อย (2555 : 30) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ความรู้สึกของบุคคลแสดงออก ในด้านบวกหรือลบที่มีความสัมพันธ์กับการได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการความรู้สึกพึงพอใจจะ เกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับหรือบรรลุจุดหมายในสิ่งที่ต้องการในระดับหนึ่งและความรู้สึกดังกล่าวจะลดลง หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

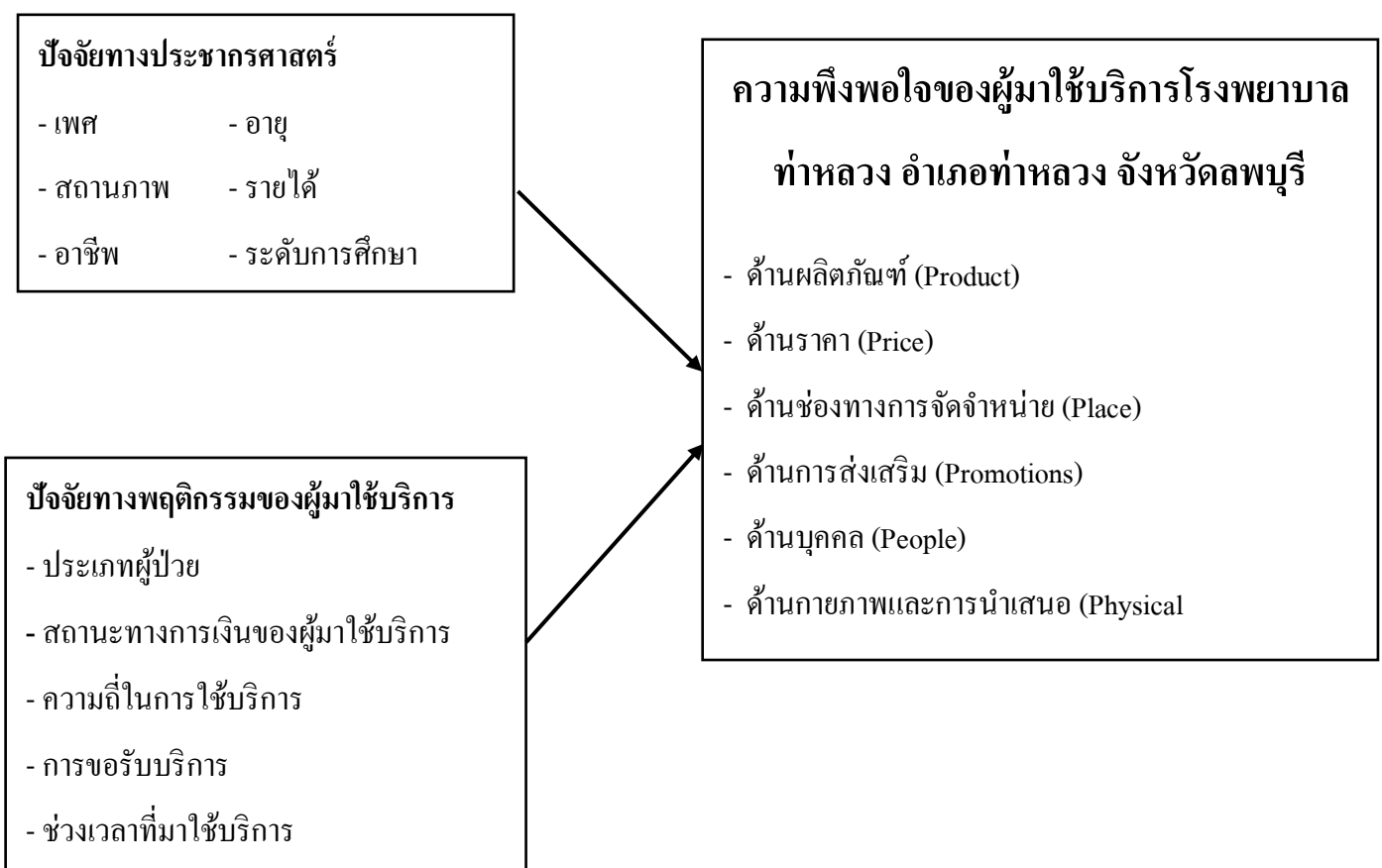
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการ ไปเพื่อกินเองหรือใช้เอง รวมไปถึงใช้ภายในครัวเรือน จึงทำให้พฤติกรรมการกินการใช้ การซื้อ และความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไป ชูชัย สมितिไกร (2554) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research) และนำมาวิเคราะห์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง อำเภوتاหลวง จังหวัดลพบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการของ โรงพยาบาลท่าหลวง ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงใช้จำนวนผู้มาใช้บริการในปี 2562 เป็นฐานของขนาดประชากร โดยเลือกตัวอย่างจากผู้มาใช้บริการทั้งหมดของ โรงพยาบาลท่าหลวง พบว่าในปีงบประมาณ 2562 ให้บริการผู้ป่วยจำนวน 60,838 คนต่อปี เมื่อนำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 0.05 ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าได้ขนาดของตัวอย่างของ โรงพยาบาลท่าหลวง ขึ้นต่ำโดยประมาณ 400 กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ และเอกสารที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของผู้มาใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาล ท่าหลวง อำเภوتاหลวง จังหวัดลพบุรี

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อใช้การวัดระดับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่างโดยการเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการระหว่างวันที่ 15 กันยายน 2563 ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2563 โดยวิธีแบบสะดวก (Convenience Sampling) คือ การสอบถามผู้ให้บริการที่สะดวกให้คำตอบ ขณะรอ

คิวพบแพทย์ โดยการเก็บแบบสอบถามวันละ 40 คนต่อวัน โดยเริ่มเก็บข้อมูลผู้มาใช้บริการตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2563 จนได้ข้อมูลตัวอย่างตามที่ต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ โดยมีขั้นตอนดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ T-Test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะ 2 กลุ่ม ใช้สถิติ ANOVA (One way Analysis of Variance) ในกรณีเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม หากพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการของ LSD (Least Significant Different) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพื้นฐาน และในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.0 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 49.3 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.5 โดยมีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 59.0 ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป, เกษตร คิดเป็นร้อยละ 83.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 84.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวงของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวงของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้ ความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุดคือ 1-3 เดือน ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.0 โดยเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวงมากที่สุด โรงพยาบาลตรงกับสิทธิสวัสดิการที่ได้รับการรักษา คิดเป็นร้อยละ 62.5 ของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทการตรวจที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการมากที่สุด คือ ผู้ป่วยนอก (ไม่ต้องนอนโรงพยาบาล) คิดเป็นร้อยละ 92.5 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการมากที่สุด คือ 8.30 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 75.0 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการ คือ ไม่เสียค่าใช้จ่าย (ใช้บัตร

สวัสดิการ) คิดเป็นร้อยละ 88.8 ของกลุ่มตัวอย่าง และสถานะทางการเงินที่กลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการ คือ บัตรทอง คิดเป็นร้อยละ 69.8 ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวงของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวงของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงสุดจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาที่เกี่ยวข้องกับราคาเหมาะสมกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ซึ่งเกณฑ์ในการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด และปัจจัยทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่ำสุดจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในด้านของการใช้เทคโนโลยีในการบริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27 ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับเห็นด้วยน้อย

การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษาเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ นั้นยอมรับสมมติฐานงานวิจัยทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ เพศ ประเภทของการรับบริการ ความถี่ในการใช้บริการ การขอรับบริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ อีกทั้งได้ปฏิเสธสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ 6 ด้าน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และสถานะทางการเงิน นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังต่อไปนี้ คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง อำเภอท่าหลวง จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนี้มาจากความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ดังนี้

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามเพศ

ความแตกต่างระหว่างเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 ของ ศศิธร เลิศล้ำ (2551) พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามประเภทการรับบริการ

ประเภทการรับบริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรพล ทองหอม (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการโรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา พบว่า การให้บริการของโรงพยาบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านประเภทการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรายุ สุพรรณเกษ์ (2556 : 184-185) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีผลต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการจำนวนมาก มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา มากตามลำดับจำนวนครั้งที่มารับบริการ เนื่องจากผู้ที่มารับบริการ จำนวนครั้งมากจะคุ้นเคยกับแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ร่วมถึงการให้บริการโรงพยาบาลค่าย สุรนารี จังหวัดนครราชสีมา มากกว่าผู้มารับบริการน้อยครั้ง

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามการขอรับบริการ

การขอรับบริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรพล ทองหอม (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการโรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา พบว่า การให้บริการของโรงพยาบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิต เอี้ยวถาวร (2552 : 97) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกต่อการดำเนินงานตามหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในโรงพยาบาลศรีสะเกษ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการใช้บริการสุขภาพกับระดับความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกในด้านความสะดวกที่จะมารับบริการเวลา 08.00 - 12.00 น. มีความพึงพอใจต่อการบริการที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิริยาพร ธรรมแะ (2554) ทำการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการด้านสาธารณสุขจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล กรณีศึกษา : โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล บ้านนาเมือง อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ค่ารักษาพยาบาลที่มีความเหมาะสม จะทำให้ผู้เข้ารับบริการรู้สึกพึงพอใจเช่นกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามอายุ

อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับการศึกษาของ เบญจพร พุฒคำ (2547: 108) ไม่พบว่าอายุของผู้มารับบริการมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษณารักษ์ มังสกุล (2544) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจต่อการรับบริการรักษาพยาบาลของผู้ประกันตน : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ป่วยใน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการรักษาพยาบาลไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยในอดีตของ เชาวลิต อะหมัด (2546) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อระบบการให้บริการ โรงพยาบาลเสนา อำเภอสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มีต่อการให้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของ เชาวลิต อะหมัด (2546) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อระบบการให้บริการ โรงพยาบาลเสนา อำเภอสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มีผลต่อการให้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามรายได้

รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชาวลิต อะหมัด (2546) ที่ได้เกี่ยว ความพึงพอใจต่อการรับบริการรักษาพยาบาลของผู้ประกันตน ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ป่วยใน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อการรับบริการรักษาพยาบาลไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง จำแนกตามสถานะทางการเงิน

สถานะทางการเงินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการทดสอบข้างต้นจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาณิตา กัมสุทธิ (2557) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ สิทธิในการเข้ารับการรักษาพยาบาลของผู้ต้องขัง พบว่า สิทธิในการเข้ารับการรักษาพยาบาลเมื่อเกิดการเจ็บป่วย เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ ประชาชนทุกคนควรได้รับ ถึงแม้ว่าบุคคลนั้นจะถูกจำกัดสิทธิเสรีภาพ โดยต้องโทษจำคุกแต่ก็ยังคงมี สิทธิที่จะได้รับการรักษาที่ไม่แตกต่างจากบุคคลภายนอก

ข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการวิจัยทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เป็นกลุ่มเป้าหมายของโรงพยาบาลท่าหลวง สามารถสรุปข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการตามปัจจัยดังต่อไปนี้คือ

1. ปัจจัยด้านราคา ส่วนใหญ่แล้วผู้มาใช้บริการด้านสุขภาพในโรงพยาบาล ควรจะรับทราบเกี่ยวกับ

เรื่องราคาเป็นอันดับแรกเมื่อมีการเข้ารับการรักษา เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้มาใช้บริการ และเป็นการวางแผนในเรื่องของค่าใช้จ่ายและเป็นการตัดสินใจว่าจะเข้ารับการรักษาหรือไม่ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะมีการเปรียบเทียบราคากับโรงพยาบาลที่มีขนาดใกล้เคียงกัน

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานคุณภาพ การหานวัตกรรมต่าง ๆ มาส่งเสริมการให้บริการให้สะดวกและยังคงมาตรฐานการรักษาที่ดี ทั้งนี้ควรการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ให้บริการทราบและเกิดความมั่นใจในคุณภาพ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเดินทางที่สะดวก และหลากหลายทำให้ ผู้ใช้บริการเลือกจะ

ใช้บริการดังนั้นควรประชาสัมพันธ์ถึงรถโดยสารสาธารณะที่มีบริการ โดยรอบ โรงพยาบาล เส้นทางที่ผ่านและสถานที่ใกล้เคียงเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาใช้บริการทราบ และเลือกที่จะใช้รถโดยสารสาธารณะให้มากขึ้น ทั้งยังสามารถลดปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอได้อีกด้วย

4. ปัจจัยด้านบุคคล ควรมีการพัฒนาทางด้านความรู้เพิ่มมากขึ้น เช่น มีการอบรมด้านภาษาเพื่อรองรับ

AEC เตรียมความพร้อมด้านบุคลากร พัฒนาด้านบุคลิกภาพ การพูด เดิน นั่ง การแต่งกายสวยงามและรูปร่าง เนื่องจากเป็นสถานบริการด้านสุขภาพก็ต้องมีการพัฒนาบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ก่อนที่จะไปดูแลผู้อื่น เพราะผู้มาใช้บริการด้านสุขภาพในปัจจุบันมีความรู้มากขึ้นและมีการศึกษาสูง ข้อมูลต่าง ๆ พัฒนา เช่น อินเทอร์เน็ต โลกของ IT ค่อนข้าง กว้างขวางสามารถหาข้อมูลในทุก ๆ เรื่องที่ต้องการ รวมไปถึงการหาโรงพยาบาลดี ๆ และการหาข้อมูลด้านการรักษาที่ดีกว่า ดังนั้นเรื่องของการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ และมองข้ามมิได้

5. **ปัจจัยด้านกระบวนการ** ในการที่ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ในการมาใช้บริการ เช่น การรักษาโดยการนำเอาเทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการแพทย์มาใช้ใน การผ่าตัด การวิเคราะห์ผลตรวจต่าง ๆ ให้เกิดความรวดเร็วมาใช้บริการ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการรักษาให้มากยิ่งขึ้นรวมไปถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่ทำให้ผู้มาใช้บริการด้านสุขภาพ ได้รับการรับรู้ข้อมูลต่างอย่างถูกต้องเป็นแนวทาง ในการเลือกตัดสินใจในการมาใช้บริการครั้งต่อไป เรื่องของ IT ระบบคอมพิวเตอร์มีความเร็วรองรับการทำงาน

6. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ** ผู้ประกอบการควรให้ ความสำคัญกับการรักษามาตรฐาน คุณภาพ

กำหนดนวัตกรรมต่างๆ มาส่งเสริมการให้บริการให้สะดวก และยังคงมาตรฐานการรักษาที่ดี อีกทั้งในส่วนนี้ ควรมีการบริการให้ผู้มาใช้บริการ ได้รับรู้ตั้งแต่ครั้งแรกที่ เข้ามาใช้บริการ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจ อย่างง่ายที่สุดที่ผู้มาใช้บริการสามารถสัมผัสได้ เช่น ทางเดินขึ้นลง บันได ลิฟท์ และอื่น ๆ

7. **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ** โรงพยาบาลเป็นสถานที่ซึ่งมีผู้ป่วยมาใช้ บริการจำนวนมาก การรักษาความสะอาดตามจุดต่าง ๆ จึงสำคัญมากผู้ประกอบการควรให้ ความสำคัญในการรักษาความ สะอาดตามมาตรฐานความสะอาดของโรงพยาบาลในทุกกระบวนการ และประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการ ทั้ง ผู้ป่วย และญาติทราบถึงขั้นตอนการรักษาความสะอาดที่ดี การรณรงค์ให้ใช้เจลล้างมือทำความสะอาดทุก ครั้งหลังสัมผัสผู้ป่วยอย่างต่อเนื่อง ควรสุ่มตรวจความ สะอาดของห้องน้ำ ลิฟต์โดยสาร หรือพื้นที่ส่วนกลาง ที่ผู้ให้บริการสามารถพบเห็นได้ให้สะอาดอยู่เสมอ

8. **ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ คุณลักษณะ พฤติกรรม และประสบการณ์** กับความ พึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลท่าหลวง ทั้งนี้ ปัจจัยด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ควร แก่ใจ และปรับปรุงมีดังนี้ ควรใส่ใจดูแลผู้ป่วยยิ่งอายุมากควรใส่ใจให้การอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น หรือเห็นถึงขั้นตอนการพบแพทย์ รอแพทย์ รอยา ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ป่วย สูงอายุเข้าใจและเพิ่มความพึงพอใจได้ หาสื่อประชาสัมพันธ์ในหลากหลาย รูปแบบเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ โรงพยาบาลให้เหมาะกับกลุ่ม ผู้ใช้บริการในหลายทาง เพื่อให้ทุกกลุ่มระดับการศึกษาเข้าถึง และสามารถเข้าใจกิจกรรมต่าง ๆ ได้ง่ายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผลของค่าเฉลี่ยคะแนนของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวง อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง (3.3803) ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษา

เฉพาะเจาะจงเป็นรายด้าน เช่น ด้านเวชกรรม ด้านสาธารณสุข และด้านเวชกรรมป้องกัน เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลท่าหลวงเพิ่มมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- เกษรราภรณ์ มัถสกุล. (2544). ความพึงพอใจต่อการรับบริการรักษาพยาบาลของผู้ประกันตน: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ป่วยใน โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรายุ สุพรรณเกตุช. (2556). ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา : ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ชูชัย สมิตธิไกร (2554). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เชาวลิต อะหมัด. (2546). ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อระบบการให้บริการ โรงพยาบาลบางนา อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนาวรรณ ดวงจันทร์. (2557). กระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิริยาพร ธรรมแะ. (2554). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการด้านสาธารณสุข จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล กรณีศึกษา: โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านนาเมือง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM). กรุงเทพฯ: สถาบัน TDRM.
- ศศิธร เลิศล้ำ. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุวิมล คำย่อย. (2555). ความพึงพอใจของผู้มารับบริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหยวก อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาสาธารณสุขศาสตร มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Kotler, Philip. (1999). Marketing Management (The Millennium edition). Upper Saddle River, NJ:Person Prentice Hall.