



การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์
Factors Affecting Customer Satisfaction : The Case of Fort Senanarong Hospital

นาฏสิริ พ่องมหิงษ์
Nartsiri Pongmahueng

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Public Administration
Prince of Songkla University

2563

ชื่อสารนิพนธ์	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์
ผู้เขียน	นางสาวนาฏสิริ ผ่องมหิษฐ์
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ประกอบด้วยกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป กลุ่มละ 50 ตัวอย่าง เป็นจำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง และเพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานได้แก่ การทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบรายคู่ต่อด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe') และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการและมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์อยู่ในระดับมากที่สุด การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการพบว่า ประเภทกลุ่มผู้รับบริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งผู้รับบริการที่เป็นกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 และกำลังพลทหารกองประจำการ มีระดับความพึงพอใจมากกว่าผู้รับบริการที่เป็นประชาชนทั่วไป ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

Minor Thesis Title	Factors Affecting Customer Satisfaction : The Case of Fort Senanarong Hospital
Author	Miss Nartsiri Pongmahueng
Major Program	Master of Public Administration
Academic Year	2019

ABSTRACT

The objectives of this research were to evaluate the customer satisfaction level of the services provided by Fort Senanarong Hospital to compare the satisfaction level from each group of the hospital's customers, which included 50 samples from each group: the soldiers and families of the 42nd Military Circle, enlisted soldiers, samples from civilians, or 150 samples in total. Moreover, this research analyzed the service quality factors towards the satisfaction level of the hospital's customers by adopting a set of questionnaires to gather the statistical data, consisting of frequency, percentage, mean, and standard deviation, and the inferential statistics, including testing F-test by employing one-way ANOVA, utilizing Scheffe's method for multiple comparisons, and using Multiple Regression Analysis.

The finding indicated that the overall satisfaction level of the customers of Fort Senanarong Hospital was at very satisfied level. When examining each factor individually, it revealed that the satisfaction level of the customers in term of services and service quality were at very satisfied level. The comparison of the satisfaction level of the customers demonstrated that different groups of customers reported different overall satisfaction levels as the satisfaction level of the soldiers and families of the 42nd Military Circle and the enlisted soldiers was higher than the satisfaction level of civilians. Moreover, the service quality factors towards the satisfaction level of Fort Senanarong Hospital's customers indicated that the service quality factor of satisfying the customers' demands and the service quality factor of understanding and sympathizing with the customers positively affected the customers' satisfaction level.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณา ความช่วยเหลือ การให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งจาก รศ.ดร.บุษบง ชัยเจริญวัฒน์นะ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผศ.ดร.วิษณุพงษ์ โปธิพิรุฬห์ ซึ่งช่วยเหลือแนะนำ ให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งในทุกๆด้าน คอยให้กำลังใจพร้อมทั้งอุทิศเวลาในการถ่ายทอดความรู้และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณทั้งสองท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทุกท่านที่ถ่ายทอดความรู้ในรายวิชาต่างๆ ให้แก่ข้าพเจ้า และขอขอบคุณบุคลากร เจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

คุณค่าอันพึงมีจากการทำสารนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอบแต่คุณพ่อวัชรินทร์ ผ่องมหิษฐ์ คุณแม่สายสุดา ผ่องมหิษฐ์ และ คุณณัฐพงษ์ บุญเพชร รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่คอยให้การสนับสนุนและให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา จนสารนิพนธ์ฉบับนี้ประสบความสำเร็จได้ตามที่ตั้งใจ

นางสุสิริ ผ่องมหิษฐ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	[2]
Abstract	[3]
กิตติกรรมประกาศ	[4]
สารบัญ	[5]
รายการตาราง	[7]
รายการภาพประกอบ	[8]
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	7
2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ	7
2.1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	8
2.1.3 ลักษณะของความพึงพอใจ.....	10
2.1.4 การวัดความพึงพอใจ	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality).....	12
2.2.1 ความหมายของการบริการ	12
2.2.2 ลักษณะของการบริการ.....	13
2.2.3 สิ่งที่ถูกคาดหวังจากงานบริการ.....	16
2.2.4 ความหมายคุณภาพบริการ	18
2.2.5 การวัดคุณภาพการบริการโดยอาศัยแบบจำลอง (Servqual)	22
2.2.6 เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ.....	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	37
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	39
3.2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables).....	39
3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables).....	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย	42
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4.2 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	59
5.1 สรุปผลการวิจัย	59
5.2 อภิปรายผล	61
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	66
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	70
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	75
ประวัติผู้เขียน.....	78

รายการตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล 43
4.2	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์..... 46
4.3	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 47
4.4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้..... 48
4.5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ 49
4.6	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ 50
4.7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ..... 51
4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อ การให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ 52
4.9	การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของ โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการ..... 53
4.10	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการ ให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการ 54
4.11	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ 55
4.12	การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ 57

รายการภาพประกอบ

ภาพประกอบที่	หน้า
1 ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการ.....	20
2 แบบจำลองคุณภาพการบริการ (Servqual).....	24
3 มิติและตัวแบบการรับรู้คุณภาพบริการของพาราสุราเมนและคณะ.....	26
4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	37

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหาและปัญหา

แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) มียุทธศาสตร์สำคัญในการมุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพการป้องกันควบคุมโรคและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพเพื่อให้คนไทยแข็งแรงทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและสติปัญญา อีกทั้งเสริมสร้างระบบบริการสุขภาพให้มีมาตรฐานในทุกกระดับเพื่อตอบสนองต่อปัญหาสุขภาพในทุกกลุ่มเป้าหมายและพัฒนาาระบบส่งต่อที่ไร้รอยต่อโดยมีเป้าหมายสำคัญในการให้บริการสุขภาพที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและสร้างระบบบริการสุขภาพที่มีคุณภาพมาตรฐาน ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างทั่วถึงเป็นธรรม ตลอดจนขยายความครอบคลุมและยกระดับคุณภาพของหน่วยบริการทุกระดับให้มีศักยภาพรองรับการเข้าถึงบริการของประชาชนทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2555)

ทั้งนี้ จากแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งภาคีเครือข่ายด้านสุขภาพ ใช้แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 เป็นกรอบชี้นำทิศทางการพัฒนาด้านสุขภาพของประเทศตามที่กระทรวงสาธารณสุขเสนอ ซึ่งแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 11 มีหลักการสำคัญให้มีการมุ่งพัฒนาภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สร้างเอกภาพและธรรมาภิบาลในการอภิบาลระบบสุขภาพ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมมุ่งเน้นการสร้างหลักประกันและการจัดบริการที่ครอบคลุมเป็นธรรมเห็นคุณค่าของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ อีกทั้งจากพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ได้กล่าวว่สิทธิการรับบริการสาธารณสุข มาตรา 5 บุคคลทุกคนมีสิทธิได้รับบริการสาธารณสุขที่มีมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพตามที่กำหนดโดยพระราชบัญญัตินี้ และมาตรา 51 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้บัญญัติให้บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับบริการทางสาธารณสุขที่เหมาะสมได้มาตรฐาน และผู้ยากไร้มีสิทธิได้รับการรักษาพยาบาลจากสถานบริการสาธารณสุขของรัฐโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับบริการด้านสุขภาพจากรัฐซึ่งต้องเป็นไปอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นหน้าที่สำคัญของสถาบันบริการสุขภาพที่จะจัดดำเนินการ ตอบสนองความ

ต้องการของผู้รับบริการดังกล่าว ส่งผลให้สถานบริการต้องปรับตัว ดังจะเห็นได้จากกระแสการตื่นตัวในการปรับปรุงพัฒนางานบริการด้านสุขภาพเพื่อมุ่งสู่บริการที่มีคุณภาพและการรับรองมาตรฐานโรงพยาบาลตามแนวทาง Hospital Accreditation

โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ จัดได้ว่าเป็นโรงพยาบาลที่มีนโยบายเพื่อมุ่งเน้นในเรื่องความต้องการให้เกิดภาพเรื่องการบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้ที่มารับบริการ สำหรับโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ได้รับอนุมัติให้ก่อสร้างอาคาร เมื่อปี พ.ศ. 2518 โดยได้รับงบประมาณในการสร้าง 38 ล้านบาท มีอาคารโรงพยาบาล อาคารประกอบอาหาร และโรงซักฟอก โรงเลี้ยงทหารป่วย โรงเลี้ยงข้าวข้าราชการ และลูกจ้าง บ้านพักแพทย์ นายทหาร นายสิบ สร้างแล้วเสร็จเมื่อปี พ.ศ.2519 ได้รับการแก้ไขจากกองพยาบาล จทบ.ส.ช. ตามคำสั่ง ทบ.ที่ 1/19 ลงวันที่ 2 ม.ค. 2519 ส่วนกำลังพลได้ย้ายเข้ามา ณ อาคารแห่งใหม่เมื่อวันที่ 4 ต.ค. 2519 โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ได้เปลี่ยนจากโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ จทบ.ส.ช. เป็นโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มณฑลทหารบกที่ 42 เมื่อวันที่ 14 ส.ค. 2533 ขึ้นตรงต่อมณฑลทหารบกที่ 42 กองกำลังภาคที่ 4 ตามลำดับ

ปัจจุบันโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ให้บริการทางการแพทย์แก่กำลังพลและครอบครัวของหน่วยทหารในพื้นที่รับผิดชอบและหน่วยทหารในพื้นที่อื่นที่ขอรับการสนับสนุนตลอดจนบุคคลพลเรือนทั่วไป ซึ่งการให้บริการประกอบด้วย การให้บริการห้องตรวจโรค (OPD) ดำเนินการตรวจโรคทั่วไป ออกใบรับรองแพทย์อาทิเช่น สอบใบขับขี่ รับรองความสมบูรณ์ของร่างกาย ตรวจโรคที่ขัดต่อการรับราชการทหาร ดำเนินการตรวจร่างกายประจำปีของกำลังพลและหน่วยงานนอกสังกัดเมื่อมีการร้องขอ รวมทั้งตรวจโรคทางอายุรกรรม มีการให้บริการอุบัติเหตุและฉุกเฉิน ให้บริการรักษาบาดแผลใหม่และบาดแผลต่อเนื่อง ฉีดวัคซีนป้องกันบาดทะยักป้องกันพิษสุนัขบ้า ไข้หวัดใหญ่ตามฤดูกาล ให้บริการตรวจโรคในภาวะฉุกเฉิน (นอกเวลาราชการ) การให้บริการทันตกรรม ประกอบด้วย อุดฟัน ถอนฟัน ขูดหินปูน ตรวจทันตสุขภาพ รักษาโรคเหงือก ล้างแผลในช่องปาก รักษาโรคปริทันต์ ทันตกรรมสำหรับเด็ก เอ็กซเรย์ฟัน เกลารากฟัน รักษาคลองรากฟัน ศัลยกรรมช่องปาก การให้บริการพยาธิวิทยา ประกอบด้วย เจาะเลือด ตรวจเลือด รายงานผลเลือด ตรวจปัสสาวะ อุจจาระ ตรวจสารเสพติด ตรวจสิ่งคัดหลั่งเช่น เสมหะ น้ำมูก เป็นต้น ตรวจการเพาะเชื้อ การให้บริการไตเทียม มีบริการฟอกเลือดด้วยเครื่องไตเทียม อีกทั้งมีบริการหอผู้ป่วย ประกอบด้วย การให้ความดูแลผู้ป่วยที่ต้องนอนพักรักษาตัวในโรงพยาบาล 24 ชั่วโมง มีอัตราเตียง 60 เตียง และบริการห้องพักรักษาพิเศษ จำนวน 8 ห้อง และห้องสามัญรับผิดชอบงานด้านพยาบาลและธุรการที่เกี่ยวกับคนไข้ภายในตึกผู้ป่วย ซึ่งจากปัญหาสุขภาพต่างๆและกระแสการตื่นตัวในการปรับปรุงพัฒนางานบริการด้านสุขภาพ ในปัจจุบันโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน โดยมุ่งเป็นโรงพยาบาลทหารที่เป็นเลิศด้านบริการและส่งเสริมสุขภาพชุมชนค่ายเสนาณรงค์ ทั้งนี้เพื่อส่งมอบบริการทางการแพทย์

ในระดับทุติยภูมิขั้นต้นอย่างมีคุณภาพ ส่งเสริมสุขภาพและเวชกรรมทหารในชุมชนค่ายเสนาณรงค์ และหน่วยทหารที่รับผิดชอบ เพื่อตอบสนองต่อภารกิจของกองทัพกองอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น จึงนับได้ว่าการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดผลลัพธ์ทางการพยาบาลให้เกิดการประเมินเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งการให้บริการนับเป็นนโยบายและภารกิจที่สำคัญเพื่อตอบสนองต่อสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนที่มารับบริการภายใต้ระเบียบกฎหมาย และข้อบังคับที่กำหนดไว้โดยสถานการณ์ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อระบบสุขภาพเช่นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในประเทศไทย การเข้าสู่สังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงฐานเศรษฐกิจไปสู่ยุคดิจิทัล การเกิดของโรคอุบัติใหม่และอุบัติซ้ำ ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติธรรมชาติ เป็นต้น รัฐบาลจึงมีการเร่งรัดให้หน่วยงานราชการต่างๆ ขยายขอบเขตและปรับปรุงการบริการประชาชนในรูปแบบต่างๆ การบริการประชาชนจึงเป็นหนึ่งในภารกิจการบำบัดทุกข์บำรุงสุขเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับบริการที่สะดวกทั่วถึงและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำแบบจำลอง SERVQUAL มาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ซึ่งแบบจำลองนี้จะสามารถใช้เป็นสิ่งที่วัดประสิทธิภาพของการบริการว่า มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด โดยในปัจจุบันโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์จัดตั้งขึ้นมาเพื่อให้บริการทางการแพทย์แก่กำลังพลและครอบครัวของหน่วยทหารในพื้นที่รับผิดชอบและหน่วยทหารในพื้นที่อื่น ที่ขอรับการสนับสนุนตลอดจนบุคคลพลเรือนทั่วไป โดยดำเนินการตรวจวินิจฉัยโรคทั่วไปและเฉพาะโรคบางสาขา ดำเนินการทางเวชกรรมป้องกันแก่หน่วยทหารในพื้นที่รับผิดชอบ พร้อมทั้งดำเนินการฝึกอบรมวิชาการทางการแพทย์ให้แก่กำลังพลที่ได้รับมอบหมายซึ่งมุ่งเน้นคุณภาพในการให้การรักษาพยาบาลเป็นสำคัญ มีทีมผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางและเฉพาะโรค รวมทั้งมุ่งเน้นให้บริการสุขภาพแบบองค์รวมที่มีมาตรฐานพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องตอบสนองความพึงพอใจของประชาชน ซึ่งการศึกษานี้ คาดว่าสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่โรงพยาบาลนำไปวางแผนแนวทางการบริหารและสร้างความตื่นตัวให้แก่เจ้าหน้าที่ต่อการพัฒนาในสายงานตามความรับผิดชอบของตนให้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ประกอบด้วยกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้รับบริการทั้ง 3 กลุ่ม มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. ปัจจัยคุณภาพการบริการ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์อันจะเป็นแนวทางนำไปสู่การศึกษาครั้งต่อไป
3. ผู้บริหารสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ด้านประชากร

การวิจัยนี้มีประชากรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป ที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยจากการศึกษาจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการในช่วงระยะเวลา 1 เดือน พบว่ามีผู้มารับบริการเฉลี่ยต่อเดือน 7,750 คน (อ้างอิงจากสถิติฝ่ายทะเบียนของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ.2562) ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก

ดังนั้น จากการศึกษาจึงได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 380 คน ทั้งนี้จำนวนผู้เข้ารับบริการมีจำนวนน้อยหรือไม่แน่นอน รวมทั้งอุปสรรคในการเก็บข้อมูลของกำลังพลทหารกองประจำการ ผู้วิจัยจึงกำหนดหน่วยในการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประเภทผู้รับบริการเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 จำนวน 50 คน กำลังพลทหารกองประจำการ จำนวน 50 คน และประชาชนทั่วไป จำนวน 50 คน โดยเลือกเฉพาะผู้ป่วยที่มารับบริการแผนกผู้ป่วยนอก ซึ่งกำหนดเงื่อนไขของผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวนทั้งสิ้น 150 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

1.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1.5.2.1 ตัวแปรต้น

- ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ผู้รับบริการ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป
- คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ

1.5.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจโดยรวมต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้มารับบริการ หมายถึง ผู้ป่วยนอกที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ตำบลคองหงส์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และบุคคลนั้นตั้งความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดไว้อย่างไร ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่ต้องการตามที่คาดหวัง และในทางตรงกันข้ามอาจเกิดความไม่พึงพอใจเนื่องจากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้

คุณภาพการให้บริการ (Servqual) หมายถึง คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการในการให้บริการลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น

ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว

การตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ หมายถึง ความรวดเร็ว เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้า แล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ

การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ หมายถึง พนักงานให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเอง ดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติและแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้รับทราบ

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์โดยได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Satisfaction มีความหมาย ตามพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยาโดย Chaplin (1968, อ้างถึงใน วันชัย แก้วศิริโกมล, 2550) ให้คำจำกัดความว่า เป็นความรู้สึกของผู้รับบริการต่อสถานประกอบการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นๆ

Kotler (1994, อ้างถึงใน กิตติยา เหมันค์, 2548) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจว่าเป็นระดับความรู้สึกที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือ ประสิทธิภาพกับความคาดหวังของลูกค้าโดยลูกค้าได้รับบริการหรือสินค้าต่ำกว่าความคาดหวังจะเกิดความไม่พึงพอใจแต่ถ้าตรงกับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพอใจและถ้าสูงกว่าความคาดหวังจะเกิดความประทับใจ

Vroom (1964, อ้างถึงใน กัลยา รุ่งเรือง, 2546) กล่าวว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจสิ่งนั้นและทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจนั่นเอง

วัลภา ชายหาด (2532, อ้างถึงใน ประชากร พัฒนกุลและคณะ, 2550) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการบริการสาธารณะว่าหมายถึง ระดับของความพึงพอใจ

ของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในลักษณะของการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า

วีรุษ พรหมเทวี (2542) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

จากความหมายของความพึงพอใจที่ได้รับรวบรวมมานี้ จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และบุคคลนั้นตั้งความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งนั้นไว้อย่างไร ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่ต้องการตามที่คาดหวัง และในทางตรงกันข้ามอาจเกิดความไม่พึงพอใจเนื่องจากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้

2.1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Shelly (1975, อ้างถึงใน ทิวา ประสุวรรณ, 2547) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้มีความสุขเป็นความรู้สึกที่มีความแตกต่างจากความรู้สึกทางลบอื่นๆ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมีมากกว่าความรู้สึกทางลบสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ทรัพยากร(Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือการศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรที่ต้องการครบถ้วน

Hebert (1978, อ้างถึงใน ภูษิต สายกิมซ้วน, 2550) กล่าวไว้ว่า งานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้นสามารถพิจารณาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับออกมารวมกับความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วย ซึ่งเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E = (O - I) + S$$
 โดยคำอธิบาย E คือ ประสิทธิภาพของงาน (Efficiency) O คือ ผลผลิตที่ได้รับออกมา (Output) I คือ ปัจจัยนำเข้าที่ใส่เข้าไป (Input) S คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction)

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถ ลูกค้าจะรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับพนักงานซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสถานการณ์ต่างๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมี

ความต้องการเฉพาะที่มากเกินไปความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้นปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ ดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคนรวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง เช่น คนที่นัดแผนโบราณในครั้งแรกย่อมต้องการการนวดที่ไม่แรงนักแต่การนวดครั้งต่อไปต้องแรงขึ้น

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านร่างกายและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการของผู้ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่นๆ ตัวอย่าง เช่น อากาศ แสงแดด เก้าอี้ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของที่มารับประทานอาหารหรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยแถวที่ยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อมสร้างความไม่อยากใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้นลูกค้าจะมีแนวโน้มของความไม่พอใจสูงกว่าปกติ สิ่งที่ทำได้คือ ต้องจัดการแถวอย่างมีประสิทธิภาพตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ แถวในธนาคารซึ่งได้รับการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

Aday และ Andersen (1975, อ้างถึงใน ลาวัลย์ เผือกบุตร, 2534) ได้ชี้ถึงพื้นฐาน 6 ประเภท ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการกับการรักษาพยาบาลและความรู้สึกที่ผู้ป่วยจะได้รับจากการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยประเมินบริการทางการแพทย์ว่าได้มีการเข้าถึงประชาชนความพึงพอใจ 6 ประเภทประกอบด้วย

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่รับบริการ (Convenience) ซึ่งแยกออกเป็นการใช้เวลารอคอยในสถานบริการ การได้รับการรักษาดูแลเมื่อมีความต้องการ และความสะดวกสบายที่ได้รับจากสถานบริการ

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination) ซึ่งแยกออกเป็นผู้ป่วยได้รับบริการทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วยทั้งร่างกายและจิตใจ แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา

3. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย

4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่รับจากผู้ให้บริการ (Medical Information) คือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย ได้แก่ การปฏิบัติตนในขณะที่เจ็บป่วย รวมถึงการให้ยาเพื่อเยียวยารักษา

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับในทัศนคติของผู้ป่วยที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาล

6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out-of Pocket Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาความเจ็บป่วย

2.1.3 ลักษณะของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้ (สร้อยรุจิ อินทศร, 2546)

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กันสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การเรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบสนองแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่างๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจในการบริการที่ได้รับ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในสถานการณ์การบริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตามมักมีมาตรฐาน ของบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูลจากการโฆษณา การได้รับคำมั่นสัญญาจากผู้ให้บริการ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะมารับบริการหรือความคาดหวังในสิ่งที่จะได้รับ (Expectations) นี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเป็นอย่างมากเพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบในกระบวนการบริการที่ดีขึ้น (Performance) กับสิ่งที่คาดหวังไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันความถูกต้อง (Confirmation) ของความคาดหวังที่มีอยู่ ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นตามความคาดหวัง อาจสูงกว่าหรือต่ำกว่า นับเป็นการยืนยันที่มีความคลาดเคลื่อน (Disconfirmation) จากความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่าง (Discrepancy) ที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวก แสดงถึงความพึงพอใจถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

2.1.4 การวัดความพึงพอใจ

สรชัย พิศาลบุตร(2551) ได้กล่าวถึงการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ให้บริการว่าสามารถทำได้ 2 วิธีได้แก่

1. วัดจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการโดยตรงทำได้โดยกำหนดมาตรวัดระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นๆ และกำหนดเกณฑ์ชี้วัดระดับความพึงพอใจจากผลการวัดระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นๆ

2. วัดจากตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการที่กำหนดขึ้น โดยการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจากเกณฑ์ชี้วัดระดับคุณภาพสินค้าหรือบริการที่กำหนดขึ้นนี้อาจใช้เกณฑ์คุณภาพระดับต่างๆ ที่กำหนดขึ้นโดยผู้ให้บริการผู้ประเมินผลการให้บริการและมาตรฐานกลางหรือมาตรฐานสากลของการให้บริการนั้น

ความพึงพอใจเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการการเรียนรู้ประกอบกับระดับความรู้สึก ดังนั้นจึงสามารถวัดได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (สาโรจน์ ไสยสมบัติ, 2534)

1. การใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้มากอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง
2. การสัมภาษณ์ ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญ
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการปฏิบัติกิจกรรม ขณะปฏิบัติกิจกรรม และหลังการปฏิบัติกิจกรรม โดยงานวิจัยนี้จะเลือกใช้แบบสอบถามในการวัดความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

จากการทบทวนทฤษฎีและแนวคิด สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การทำให้ความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับบริการในสิ่งที่ดีเป็นที่พอใจ ประทับใจ ตามที่ผู้รับบริการตั้งใจไว้หรือมากกว่าที่คิดไว้ การจะทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจได้หน่วยให้บริการต้องวางระบบโครงสร้างที่ดี สอดคล้องสัมพันธ์กันทุกฝ่าย เช่น ด้านเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย ด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้าใจในหน้าที่และต้องมึใจรักในการให้บริการ ด้านสถานที่สะอาดพื้นที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีความเชื่อมั่นและมั่นใจเมื่อมารับบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งจากองค์ประกอบอีกหลายๆ ด้านที่จะนำไปสู่จุดสูงสุดในเรื่องความพึงพอใจ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

2.2.1 ความหมายของการบริการ

มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความของคำว่าบริการไว้หลายความหมาย ดังนี้

การบริการ (Service) คือ กิจกรรมการกระทำที่ทำให้เกิดกิจกรรมแก่ผู้อื่นโดยความตั้งใจและเต็มใจในการจะกระทำกิจกรรมนั้นด้วยความรู้สึที่ดีเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในกิจกรรมนั้น การบริการอาจจะสัมผัสไม่ได้โดยการจับต้องแต่เป็นการแสดงการกระทำด้วยการแสดงพฤติกรรมเป็นไปในลักษณะการแสดงออกโดยการยกมือไหว้กล่าวสวัสดิ การแสดงพฤติกรรมโดยการยิ้มทักทายด้วยคำพูดโดยการซักถามด้วยวาจาทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกดี มีความสุขและประทับใจทำให้เกิดการบอกต่อถึงพฤติกรรม หรืออาจเป็นการแสดงพฤติกรรมด้วยการมองด้วยไมตรีจิตทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ทำให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจตอบสนองความต้องการการบริการเช่นโรงพยาบาล (ยุพาวรรณ วรณวณิชย์, 2548)

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543) ได้กล่าวว่าบริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่เป็นตัวตน จับต้องไม่ได้ และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวรเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการโดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการหรือลูกค้าเพื่อใช้บริการนั้นๆ โดยทันทีหรือภายในระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

จินตนา บุญบงการ (2539) กล่าวว่า ความหมายของการบริการ คือ เป็นสิ่งจับต้องสัมผัสแต่ต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่ายบริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันทีดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่ไม่เอื้ออำนวยทางจิตใจทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายดีๆให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษรทั้ง 7 ตัวนี้คือ

S = Smiling และ Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบาก ความยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่า ผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำหรือการปฏิบัติที่ผู้รับบริการไม่สามารถนำไปครอบครองได้

Kotler (อ้างถึงใน จิตติมา ธีรพันธุ์เสถียร, 2549) ได้กล่าวว่าการบริการ หมายถึง ปฏิบัติการใดๆ ที่บุคคลกลุ่มหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใด โดยมีเป้าหมายและความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้นทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้

จากความหมายดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า การบริการหมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการดังกล่าวอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีสามารถจับต้องได้หรือไม่สามารถจับต้องได้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวัง หรือมากกว่าความคาดหวัง

2.2.2 ลักษณะของการบริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป เมื่อเกี่ยวข้องกับการดำเนินการทางธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการดังนี้ (จิตตินันท์ เคชะคุปต์, 2530)

1. สาระสำคัญของความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับตรวจสอบดูสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับการประกันคุณภาพ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นเคยใช้บริการมาแล้วตัวอย่างเช่น บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจทางด้านการบินพาณิชย์และมีชื่อเสียงในการให้บริการเป็นเยี่ยงมาช้านาน ผู้โดยสารที่ได้มาใช้บริการเลือกใช้บริการเพราะความไว้วางใจและจากคำกล่าวอ้างอิงของผู้ที่เคยมีประสบการณ์ที่พอใจในการบริการ

2. สิ่งที่ยึดจับไม่ได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ตัวอย่างคนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้าดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อเช่น ธนาคารต้องมีสถานที่ที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบาๆประกอบด้วย

2.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

2.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

2.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

2.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

2.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้นๆ ได้ การผลิต การบริโภคและการบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกับการขายบริการซึ่งจะแตกต่างกับ ตัวสินค้าที่มีการผลิตการขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่แบ่งแยกกันไม่ได้ ทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของปริมาณการขายและขอบเขตจากการดำเนินงานบริการ ซึ่งในบางกรณีอาจจำเป็นต้องมีผู้ให้บริการอยู่ตลอดเวลาในลักษณะของการขายตรงจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อ หรืออาจใช้ตัวแทนเป็นสื่อในการติดต่อระหว่างผู้ขายหรือผู้ให้บริการกับผู้ซื้อหรือผู้รับบริการ เช่น ในธุรกิจการท่องเที่ยวจะมีตัวแทนหรือสำนักงานจัดการท่องเที่ยววนนอกจากนี้อาจ

ใช้วิธีการพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก แพร่หลายหรือจัดบริการลูกค้ากลุ่มใหญ่ และฝึกฝนให้มีผู้ให้บริการที่มีความสามารถมากขึ้น

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการที่มีลักษณะที่ไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคนซึ่งมีวิธีการให้บริการที่เป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกันคุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการที่ต่างกันไป ตัวอย่างเช่น การให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของแต่ละสายการบินอาจจะไม่เหมือนกัน บริการครั้งแรกอาจจะทำให้ผู้โดยสารรู้สึกพึงพอใจและประทับใจมาก แต่ความรู้สึกเหล่านั้นก็กลับลดน้อยลงเมื่อได้รับบริการในเที่ยวบินต่อไปต่างๆ ที่การให้บริการมีลักษณะเช่นเดียวกันกับครั้งแรกและจากผู้ให้บริการคนเดียวกัน เนื่องจากการบริการที่มีความหลากหลายผันแปรไปตามปัจจัยหลายอย่าง จึงเป็นการยากที่จะกำหนดเป็นมาตรฐานในการบริการอย่างเดียวกันแม้จะมีการกำหนดเป็นระบบการทำงาน เช่น การบริการบนเครื่องบิน การบริการในธนาคาร การบริการในโรงพยาบาล เป็นต้น

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) การบริการที่ไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะก่อให้เกิดความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียบ่อยครั้งสูงขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากความต้องการใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และการบริการจะต้องมีการจัดเตรียมความพร้อมไว้สำหรับบริการผู้รับบริการเมื่อใดก็ได้ เช่น การจัดเตรียมอาหารเพื่อไว้บริการลูกค้าตามร้านอาหาร เมื่อไม่มีผู้มาใช้บริการ การจัดเตรียมของไว้ก็อาจจะสูญเปล่า แต่ทว่าก็จำเป็นที่จะต้องเตรียมไว้ เนื่องจากอาจจะมียูกค้ามาใช้บริการได้ตลอดเวลา การรักษาความสมดุลของลูกค้านั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาวิธีจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non - ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปอย่างเห็นได้ชัดเจน เพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันทีในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นค่าบริการนั้น ที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการกระทำนั้นเช่น เมื่อผู้โดยสารหรือลูกค้าซื้อตั๋วเครื่องบินเดินทางกับบริษัทการบินไทย จากที่แห่งหนึ่งไปยังที่แห่งหนึ่งการบริการจะเกิดขึ้น

ขณะที่โดยสารบนเครื่องบินจากที่แห่งหนึ่งไปยังที่แห่งหนึ่งเมื่อถึงจุดหมายปลายทางบริการก็จบสิ้นลง ผู้โดยสารไม่สามารถเป็นเจ้าของการบริการนั้นได้อีก เพราะการบริการหมดลงไม่ถาวรเหมือนสินค้าอื่น

จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวถึง สามารถสรุปลักษณะของงานบริการหมายถึง งานที่จับต้องไม่ได้แต่ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ ลักษณะของงานบริการมีหลากหลายขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจว่าเป็นลักษณะใดเช่น ธุรกิจที่หวังผลกำไร ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม บริษัท ห้าง ร้าน โรงงาน โรงเรียน หรือมหาวิทยาลัย โรงพยาบาลของเอกชน เป็นต้น หรือธุรกิจที่ไม่หวังผลกำไรเช่น การดำเนินการของรัฐ เช่น โรงเรียน สถาบันศึกษา การให้บริการประชาชนในลักษณะต่างๆ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องทำให้สิ่งที่จับต้องไม่ได้เป็นสิ่งที่จับต้องได้ ด้วยการตกแต่งสถานที่ให้มีความสะดวก สบาย จัดเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ให้มีประสิทธิภาพและเพียงพอต่อการให้บริการ รวมทั้งเตรียมความพร้อมพร้อมของพนักงานผู้ให้บริการ โดยพนักงานจะต้องได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้องค์กรผู้ให้บริการต้องมีการกำหนดมาตรฐานและการประเมินผลการทำงานอย่างเป็นแบบแผน ซึ่งทั้งองค์กรจะได้มีแนวทางการปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกันและจะได้สร้างความพึงพอใจโดยรวมแก่ผู้รับบริการได้มากขึ้น

2.2.3 สิ่งที่ถูกคาดหวังจากงานบริการ

นิติพล ภูตะโชติ (2551) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแล้ว ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับจากงานบริการหลายอย่างซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การดูแลเอาใจใส่ (Care, Take Care) ลูกค้าส่วนมากต้องการให้ผู้ที่ให้บริการดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจเขา ให้บริการเขาเต็มความสามารถไม่ละเลยทอดทิ้ง ติดตามงานนั้นจนสำเร็จ ล่วงไปด้วยดีเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2. ความเอื้ออาทรช่วยเหลือ (Hospitality) ความมีไมตรีจิตเพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการถ้าผู้ให้บริการปฏิบัติดีกับลูกค้าดีมากเท่าไร ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการมากขึ้นเช่นกัน

3. ความซาบซึ้ง (Appreciation) ความซาบซึ้งในบุญคุณของผู้มีอุปการคุณ ลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด การให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าว่าลูกค้าคือบุคคลสำคัญจะทำให้ผู้ทำงานในธุรกิจบริการตั้งใจทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ

4. ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness) ความพร้อมของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานบริการคือ ต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็น

เรื่องเครื่องมืออุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความพร้อมของพนักงานจะต้องมีความรู้ในเรื่องของงานเป็นอย่างดีและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันที

5. เปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น (Open Minded) ผู้ที่ทำงานในธุรกิจให้บริการจะต้องเปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำต่างๆ จากลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องการรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ จะทำให้เราได้ข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ดีและเหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

6. ความกระตือรือร้น (Enthusiast) เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่มีความตื่นตัวและมีชีวิตชีวาไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ดังนั้น ผู้ที่ทำงานนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในเรื่องการทำงานมีความตั้งใจในการทำงาน ใช้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลารอคอยนาน

7. ความประทับใจ (Impression) ความประทับใจในการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าปรารถนาเพราะลูกค้าจ่ายแพง สิ่งที่เขาควรจะได้รับคือความประทับใจในการบริการถ้าเขาไม่ได้รับความประทับใจ ก็เท่ากับว่าเขาได้รับบริการที่ไม่คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป การสร้างความประทับใจนั้นต้องคำนึงถึงความรู้ความสามารถของพนักงาน มีประสบการณ์ในการทำงานและผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี

8. สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Initiative) เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันสูง การปรับปรุงการเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าย่อมเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

9. ความประณีตเรื่องบริการ (Neat and Nice) งานบริการเป็นงานที่ต้องทำความประณีตและความสุภาพอ่อนโยนในการให้บริการ งานบริการควรหลีกเลี่ยงการทำงานในลักษณะที่มีคุณภาพต่ำเพราะจะทำให้เกิดปัญหา งานบริการที่ดีต้องมีมาตรฐานและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับว่าเป็นบริการระดับมืออาชีพ

10. มีคุณค่า (Value of Service) คุณค่าของงานให้บริการเกิดขึ้นจากความภาคภูมิใจของผู้มาใช้บริการ เพราะทำให้เขาได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคมเหมาะสมกับเกียรติยศ ศักดิ์ศรีบารมีและตำแหน่งหน้าที่ในสังคม

11. ความปลอดภัย (Security) ลูกค้าต้องการความปลอดภัยทั้งชีวิตทรัพย์สินและบริวาร สถานบริการใดที่มีความเสี่ยงลูกค้าจะหลีกเลี่ยงไม่ไปใช้บริการ ลูกค้าจะเลือกไปใช้บริการที่มีความปลอดภัยสูง ถึงแม้ว่าราคาจะแพงกว่าลูกค้าก็เต็มใจที่จะจ่าย

12. ความจริงใจ (Sincerity) ผู้ให้บริการจะต้องให้ความจริงใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่หวังแต่เพียงผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกิดขึ้นจะต้องให้ความช่วยเหลือแนะนำและมีความจริงใจที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

13. การยอมรับนับถือ (Respect) เนื่องจากลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ ให้บริการ การยอมรับนับถือ การยกย่อง การให้เกียรติและการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งพนักงานจะต้องให้เกียรติลูกค้าทั้งต่อหน้าและลับหลัง

14. ตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา (Get Desire) สิ่งที่ลูกค้าปรารถนา คือ ความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับเห็นคุณค่าของบริการที่เขาได้รับ

2.2.4 ความหมายคุณภาพบริการ

วิลเลียม ฤกษ์นุ้ย (2538, อ้างถึงใน ธัญญารัตน์ บุญต่อ, 2552) กล่าวว่าคุณภาพหมายถึง คุณสมบัติ คุณลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ว่ามีความโดดเด่น หรือเกินความคาดหวังเป็นที่น่าประทับใจ จากการที่ผู้รับบริการได้จ่ายแลกเปลี่ยนสัมผัส และ ประสบการณ์การทดลองใช้

พลฤทธิ จิระเสวี (2550) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การส่งมอบการบริการที่ดี มีความเหมาะสมทั้ง เวลา สถานที่ รูปแบบลักษณะทางจิตวิทยา โดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ มีความประทับใจในด้านบวกอยากกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อไปยังผู้อื่นทางที่ดี

พาราสุราแมนและคณะ (1988) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการตามการรับรู้ (Perceived Service Quality) ของผู้บริโภคคือ การประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการบริการโดยภาพรวม (Global Judgment)

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) กล่าวว่า บริการจะดีมีคุณภาพหรือไม่ในสายตาผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ผู้บริโภคได้รับจริงกับการบริการที่ผู้บริโภคได้คาดหวังเอาไว้ซึ่งความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งประสบการณ์นี้อาจเกิดจากการเคยไปใช้บริการรายนี้มาก่อนแล้วหรืออาจเคยไปใช้บริการของคู่แข่ง หรือไม่เคยได้บริการแบบอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน แต่ถ้าผู้บริโภคไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อนเลย ผู้บริโภคก็จะสร้างความคาดหวังจากปัจจัยอื่นๆ มีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย

1. ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ลูกค้าแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัวมีพฤติกรรมและอยู่ในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ลูกค้าแต่ละรายอาจมีความต้องการพื้นที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งความต้องการพื้นฐานนี้อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำหน้าที่กำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการ

2. ประสบการณ์ในอดีต แบบเป็นประสบการณ์ของลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการ กล่าวคือ แต่ก่อนเคยได้รับการบริการอย่างไร ปัจจุบันลูกค้าก็คาดหวังว่าจะต้องได้รับการบริการอย่างนั้น และ

ประสบการณ์จากการใช้บริการคู่แข่งชั้นลูกค้าบางรายอาจเคยใช้บริการจากผู้ให้การรายอื่นในตลาดมาก่อน ลูกค้าก็จะนำระดับการให้บริการนั้นมาตั้งความคาดหวังต่อผู้ให้บริการรายใหม่ที่ตนกำลังจะไปใช้บริการ

3. การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ แบ่งปัน การสื่อสารทางการตลาดสู่ผู้บริโภค การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไปถึงตัวผู้บริโภค ได้แสดงบทบาทสำคัญในการสร้างความคาดหวังขึ้นในใจของผู้บริโภคและการสื่อสารจากองค์กรประกอบภายในองค์กรแบ่งออกเป็น อัตราค่าบริการ ลูกค้าย่อมมีความคาดหวังสูงสำหรับบริการที่มีอัตราสูง การตกแต่งสถานที่ทั้งภายในและภายนอก สิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง ซึ่งแน่นอนว่าสถานบริการที่หรูหรามีอุปกรณ์ทันสมัยจะส่งผลให้ระดับความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อบริการสูงขึ้นตามไปด้วย

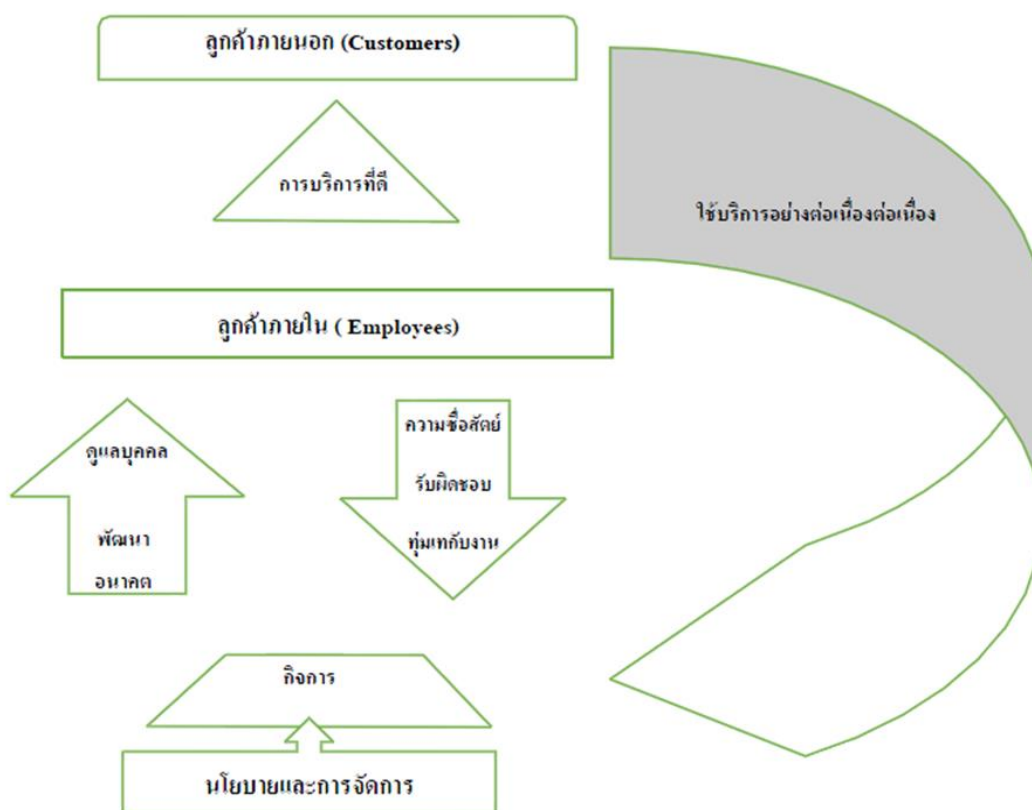
4. ปัจจัยทางสภาวะการณ์ สภาวะการณ์หรือจังหวะโอกาสที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้า

5. ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก การที่ลูกค้ามีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับการบริการทั้งในทางที่ดีและในทางที่ไม่ดี ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวัง

ฟิลิซธี พัพฒน์โกคากุล (2549, อ้างถึงใน เกริกเกียรติ แก้วมณี, 2551) อธิบายความหมายของการให้บริการอย่างมีคุณภาพว่าเป็น การส่งมอบบริการตามความต้องการของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายและธุรกิจอยู่รอด มิใช่เป็นการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้รับบริการแต่เป็นการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจเพราะว่าการให้บริการที่ดีที่สุดอาจต้องลงทุนสูงในการหาคนทำงาน การฝึกอบรมพนักงาน การตกแต่งสถานที่ การซื้อเทคโนโลยีมาใช้ รวมทั้งผู้รับบริการมีหลายกลุ่ม หากเราให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้รับบริการที่มีใจกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานอาจเกิดผลเสียได้ เช่น ขาดทุนเพราะผู้รับบริการกลุ่มเป้าหมายอาจไม่ใช้บริการเลยก็เป็นได้

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, อ้างถึงใน เกริกเกียรติ แก้วมณี, 2551) กล่าวว่าคุณภาพการบริการเป็นส่วนหนึ่งของ “เหตุ” ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการรับรู้ “ภาพของการบริการ” และ “ความพึงพอใจ” ผ่านคุณภาพการบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) โดยคำกล่าวที่ว่าๆ ไปคุณภาพการบริการที่เกี่ยวข้อง คือ การสอดคล้องและความต้องการของลูกค้า ระดับความสามารถในการให้บริการลูกค้าตามความต้องการของลูกค้า ระดับความพึงพอใจลูกค้าหลังจากได้รับบริการแล้ว



ภาพประกอบ 1 ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการ (วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, 2539)

ประเภทลูกค้าภายนอก (Client or Customer) คือ กลุ่มคนที่จ่ายเงินแลกกับการใช้บริการ (An external is the one who pay to get services) ทั้งกลุ่มลูกค้าคนไทยและกลุ่มลูกค้าต่างชาติกลุ่ม (CLMV) กัมพูชา พม่า ลาว เวียดนาม

ประเภทลูกค้าภายใน (Employee) คือ กลุ่มคนที่ให้บริการแลกกับเงิน (An internal customer is the one who services to get pay)

องค์กรธุรกิจโรงพยาบาลที่เปิดให้บริการนั้นจะมองว่าบุคคลในโรงพยาบาลทุกคนก็คือลูกค้าภายในโรงพยาบาลและการวัดคุณภาพการบริการก็จะวัดจากลูกค้าภายในโรงพยาบาลที่มาใช้บริการส่วนหนึ่งจากการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้วยและลูกค้าภายนอกโรงพยาบาลที่มาใช้บริการกับเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการอยู่นั้นก็คือลูกค้าจริงๆ ที่เป็นผู้ประเมินด้านคุณภาพของการบริการหลังจากได้ใช้บริการไปแล้วในแต่ละจุดการให้บริการโดยใช้เครื่องมือจากการมาสัมผัสโดยวัดได้จากความรู้สึกเป็นตัวบ่งบอกและอ้างถึง เช่น

1. การได้รับบริการที่รวดเร็วถูกต้อง
2. มีความน่าเชื่อถือได้
3. มีความเข้าใจและรับฟังลูกค้ามีความสุภาพมารยาทดี
4. มีความปลอดภัยอบอุ่นสบายใจหรือการเข้าถึงการให้บริการยุ่งยากมีความซับซ้อนจนทำให้ผู้มาใช้บริการไม่สามารถเข้าถึงได้สะดวก

5. มีการสื่อสารเข้าใจตรงกันระหว่างผู้มาใช้บริการกับผู้ให้บริการมีความเข้าใจตรงกันเมื่อมาใช้บริการในโรงพยาบาลและสิ่งเหล่านี้ก็คือจะถูกบันทึกและประเมินคุณภาพการบริการจากกลุ่มของลูกค้าภายนอกและสามารถวัดได้โดยมีการนำเอาหลักเกณฑ์ต่างๆ เข้ามาเป็นตัวกำหนดเป็นการตัดสินว่าดีหรือไม่ดี เช่น ระดับการตรวจรักษา การวัดคุณภาพโดยใช้ระดับคะแนนของจำนวนคนไข้ที่เข้ามารับการรักษา วัดได้จากการทางานระดับที่วัดคือผลงานที่ออกมาเป็นปริมาณจำนวนคนไข้ที่เพิ่มขึ้นและลูกค้าจากภายนอกนั่นเอง การค้นหาระดับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ทั้งลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก เพื่อตอบสนองความต้องการ และการเพิ่มคุณค่า การให้บริการให้เพิ่มมากขึ้น ด้วยการสอบถามความต้องการ การเฝ้าสังเกต การทบทวน คือ การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ตรงกับใจของลูกค้าและเป็นการเพิ่มทางเลือกและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า (วิชัย ปิติเจริญธรรม, 2548, 153)

คุณภาพการบริการ คือ การทำในสิ่งที่ถูกและทำในสิ่งที่ดีและผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจ พิจารณาจากรูปแบบด้านคุณภาพในการให้การดูแลรักษาพยาบาล คือ การรับรู้และความสามารถของตัวผู้ให้บริการมีการยอมรับ มีประสิทธิภาพมีการปรับใช้กลยุทธ์และเทคโนโลยีอย่างเหมาะสมและมีการเข้าถึงในการบริการได้อย่างปลอดภัยและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น (สุมาลี จักรไพศาล, 2541)

ลักษณะของโรงพยาบาลที่มีคุณภาพนั้นต้องมีการเตรียมสถานที่พร้อมเพียงทั้งทางด้านบุคลากร อาคารอุปกรณ์ที่มีไว้เพื่อบริการด้านการป้องกันโรคอย่างปลอดภัย รวมทั้งการตรวจรักษาด้วยความเที่ยงตรงแก่ประชาชนทั่วไปอีกทั้งให้บริการในชุมชนด้วยมาตรฐานสากลของสถานพยาบาลที่กำหนด (Hospital Accreditation) HA หมายถึงการรับรองคุณภาพของสถานพยาบาล และยังสามารถนำไปใช้ในการรับรองคุณภาพกับสถานหน่วยงานอื่นๆ ได้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลรวมทั้งเป็นการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนจากการรับรองจากองค์กรภายนอกที่สำคัญ คือ เป็นการกำหนดมาตรฐานและการตรวจสอบรวมไปถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของทางโรงพยาบาลปัจจุบันการรับรองคุณภาพของโรงพยาบาล (พรพ.) คือเป็นการรับรองว่า

1. เป็นการรับรองของโรงพยาบาลว่าความมุ่งมั่นกับการพัฒนาเกี่ยวกับคุณภาพและทุกคนรับรู้เป้าหมาย และบทบาทตนเองอย่างไรและมีความพยายามที่จะพัฒนาด้านคุณภาพได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

2. เป็นการรับรองว่าโรงพยาบาลนั้นมีกระบวนการในการทำงานอย่างมีมาตรฐาน และรู้ว่ามาตรฐานนั้นคือเป็นมาตรฐานโรงพยาบาล
3. เป็นการรับรองว่าทางโรงพยาบาลต้องมีระบบสำหรับการตรวจสอบตนเองให้มีความน่าเชื่อถือ คือมีการแสดงว่ามีภาคปฏิบัติที่ถูกต้องตามระบบที่วางไว้มีการวัดผลลัพธ์และมีการนำปัญหาและบทบาทนั้นมาทบทวนและเกิดการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงในส่วนที่บกพร่องอย่างต่อเนื่อง
4. เป็นการรับรองว่าทางโรงพยาบาลนั้นมีการบริหารงานอย่างเป็นระบบและมีการร่วมกันทำงานกันเป็นทีม
5. เป็นการรับรองว่าทางโรงพยาบาลนั้นมีอัตรากำลังคนด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้งานอย่างเหมาะสมและมีกระบวนการบำรุงรักษาและพัฒนาให้สอดคล้องและสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุปคุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจที่ให้บริการมีรูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพของการบริการจึงเป็นวิธีที่จะสร้างความแตกต่างให้แก่องค์กรและในอนาคตจะนำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภค

2.2.5 การวัดคุณภาพการบริการโดยอาศัยแบบจำลอง (SERVQUAL)

Parasuraman (1985) ได้สร้างแบบวัดคุณภาพการบริการ (Service Quality) ขึ้นมาและให้ชื่อว่า Servqual โดยนำเอาปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 10 ประการ ที่ได้จากการศึกษาผู้บริโภคจากบริการประเภทต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ. 1985 มาบูรรวมกันเหลือเพียง 5 องค์ประกอบโดยวิธีวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และได้ทดสอบคุณภาพของแบบวัดนี้พบว่า แบบวัดดังกล่าวนี้มีความเที่ยงตรงที่จะนำไปใช้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพการบริการประเภทต่างๆได้ และสิ่งที่ผู้บริโภคทุกคนคาดหวังที่จะได้รับการบริการ ผู้บริโภคจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับและเอกสารต่างๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้ กับลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมี

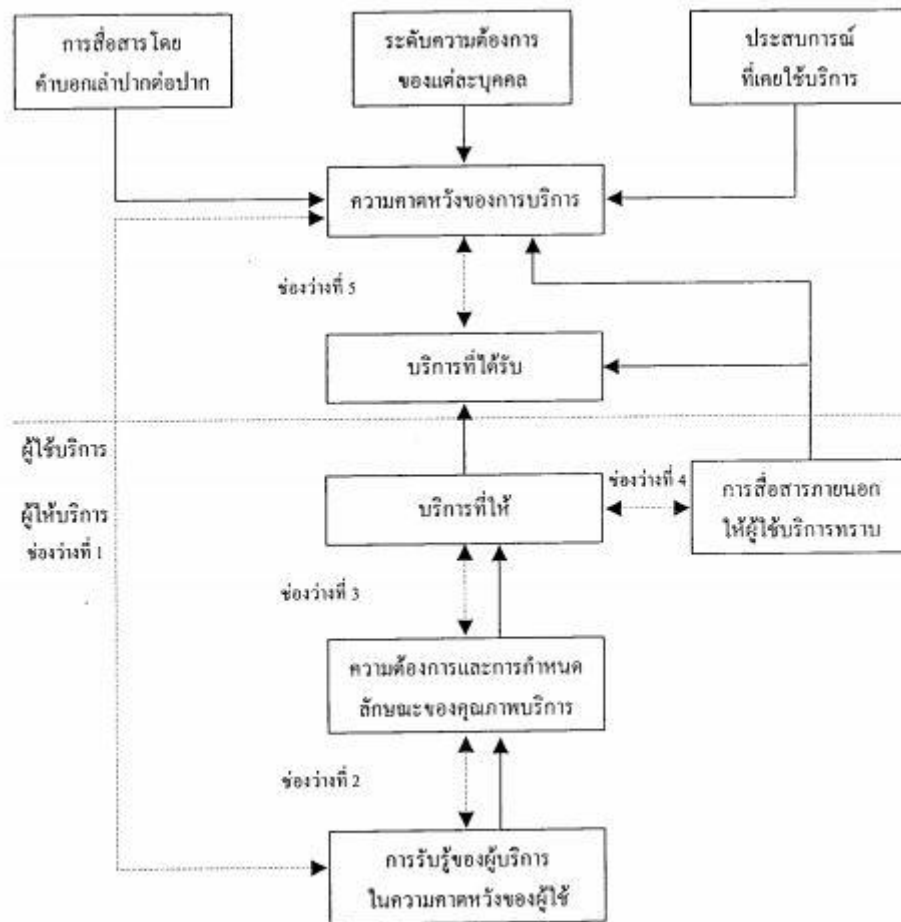
ความสม่ำเสมอมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์รวมทังต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่องใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

เกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้านนี้ได้มีผู้นำมาใช้ในการวัดคุณภาพบริการของโรงพยาบาล โดยวัดจากการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งผลที่ได้แปรผันตรงกับคุณภาพบริการของโรงพยาบาลในมุมมองของผู้บริการ โดยสิ่งสำคัญที่จะทำให้การจัดบริการมีคุณภาพสูงก็คือการจัดบริการให้ผู้รับบริการรับรู้ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ต้องไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งจากการกำหนดปัจจัยคุณภาพของบริการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ตามปัจจัยดังกล่าวข้างต้น พาราสุรามานและคณะ (Parasuraman et al., 1985) พบช่องว่างทำให้การให้บริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการว่ามีสาเหตุมาจากคำบอกเล่าปากต่อปากของผู้ที่เคยมาใช้บริการในสถานบริการนั้น ๆ (word of mouth communication) ระดับความต้องการของแต่ละบุคคล (Personal Needs) และประสบการณ์ที่เคยใช้บริการมาเองของผู้ใช้บริการ (Past Experiences) ซึ่งได้กำหนดเป็นรูปแบบการกำหนดคุณภาพบริการไว้ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองคุณภาพการบริการ (Service Quality Model: SERVQUAL)

ที่มา : Parasuraman (1994, อ้างถึงใน กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชรา มาลือศรี และปรารธนา ปุณณกิติเกษม, 2554)

จากภาพประกอบ 2 พบว่า มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการรับรู้ของผู้บริหารในความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับบริการที่คาดหวังไว้กับแนวคิดของผู้ให้บริการที่ข้องเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า (The Management Perception Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเพราะ ผู้บริหารมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้องทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้ ช่องว่างนี้เองทำให้มีผลต่อการประเมินผลคุณภาพบริการและสาเหตุที่มีผลต่อช่องว่าง คือ ขาดการศึกษาค้นคว้าถึงเรื่องความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า มีการสื่อสารและติดต่อบริการที่น้อยเกินไปทั้งใน

หน่วยงานและส่วนงานต่างๆขององค์กร สายการบังคับบัญชาให้มีการแบ่งแยกผู้ให้บริการหลายคนจาก ผู้บริการชั้นสูงทำให้ข่าวสารที่ผู้ใช้บริการที่ให้อ้อมกลับไปยังผู้บริการนั้นไม่มีประโยชน์

ช่องว่างที่ 2 คือ คือมาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับ ความคาดหวังของลูกค้าที่ฝ่ายบริหารรับรู้ (The Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจเข้าใจ ได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการ ทำงานที่ชัดเจนรวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการ บริการ และข้อกำหนดเรื่องคุณภาพช่องว่างนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพการบริการในทัศนะของ ลูกค้า มีปัจจัย 4 ประการที่เกี่ยวข้องคือ ข้อตกลงในหัวข้อคุณภาพบริการไม่ชัดเจน ขาดการรับรู้ในสิ่ง ที่มองเห็นได้ มีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรหรือพนักงานที่จะทำให้มีมาตรฐานการ บริการซึ่งจะเป็นสิ่งที่บุคลากรสามารถรับประกันลูกค้าได้ว่าคุณภาพบริการที่ให้มามีอย่างสม่ำเสมอ ไม่มีเป้าประสงค์โดยตรงที่มีความสัมพันธ์กับมาตรฐาน และความคาดหวังของลูกค้า

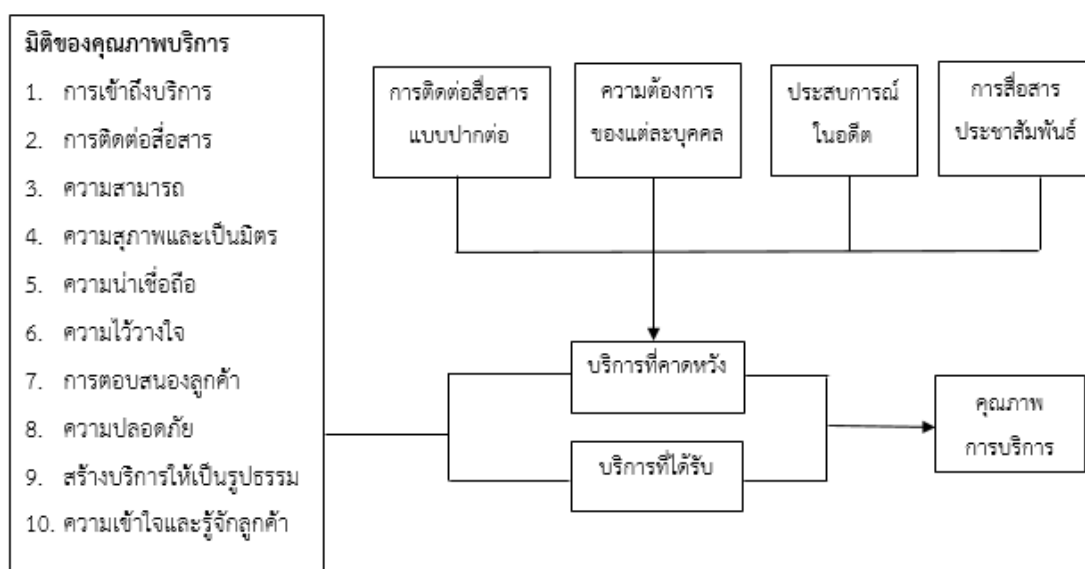
ช่องว่างที่ 3 คือ การให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่ได้กำหนดไว้ (Service Delivery Gap) ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างข้อกำหนดเรื่องคุณภาพและการบริการจริงที่ให้กับ ลูกค้า จะมีผลกระทบต่อคุณภาพบริการจากจุดยืนของลูกค้าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องว่างนี้คือ บทบาทของบุคลากรที่ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่แน่ใจว่าผู้บริหารหรือผู้จัดการมีความคาดหวังอย่างไรต่องาน ที่ทำ ขาดทักษะการฝึกอบรมที่จำเป็นต้องมีในเรื่องเทคโนโลยีหรือการทำงาน บทบาทขัดแย้งของ บุคคลที่ไม่ได้สนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการภายในและภายนอก

ช่องว่างที่ 4 คือ การนำเสนอบริการให้กับลูกค้าไม่ตรงกับที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้า (The Marketing Communication Gap) ช่องว่างนี้เป็นการคาดหวังของผู้บริโภคที่ควรจะได้รับ การบริการตามที่ทางองค์กรได้ลงในสื่อโฆษณาขององค์กรที่ปรากฏออกมา แต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวังไว้ การติดต่อสื่อสารภายนอกจะมีผลต่อความคาดหวังของ ลูกค้าต่อการบริการที่ได้รับช่องว่างนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพบริการจากจุดยืนของลูกค้าปัจจัย ที่มีผลกระทบต่อช่องว่างนี้คือ ขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในหน่วยงานระดับเดียวกัน การให้ คำสัญญาแก่ลูกค้ามากเกินไป

ช่องว่างที่ 5 คือ การบริการที่ลูกค้ารับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ไว้ (The Perceived Service Quality Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการ ที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ซึ่งการบริการต่างๆจะอยู่ในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 ความ ต่างกันระหว่างบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้และบริการที่ได้รับจริงช่องว่างเรื่องคุณภาพบริการจะหมดไป เมื่อมีการลดช่องว่างทั้ง 4 ประการ ซึ่งมีสาเหตุจากการบริหารภายในองค์กรการตัดสินใจของลูกค้าทั้ง แ่งบวกและแง่ลบ จะเป็นตัวบอกคุณภาพบริการว่าสูงหรือต่ำในการวัดคุณภาพการบริการ และการใช้ แบบจำลองนี้จะเน้นหนักไปที่การบริการที่ลูกค้าคาดหวังและการบริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับ

(Expected Service-Perceived Service Gap: P-E) คุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับขึ้นอยู่กับขนาดและทิศทางของช่องว่างที่ 5 หรือ อีกนัยหนึ่งขึ้นกับธรรมชาติของช่องว่างซึ่งมีความสัมพันธ์กันแบบจำลองคุณภาพบริการดังแสดงในภาพที่ 2 ซึ่งทำให้เกิดข้อบ่งชี้ในการกำหนดคุณภาพการบริการ

คุณภาพของบริการจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับขนาดและทิศทางของช่องว่างที่เกิดจากบริการที่ผู้ใช้บริการคาดหวังจะได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากคำบอกเล่าของบุคคลอื่น ความต้องการของตนเองและจากประสบการณ์ในอดีต กับบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับรู้ซึ่งเป็นผลจากการให้บริการและการสื่อสารของผู้ใช้บริการไปยังผู้ใช้บริการด้วยกัน หากบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับดีกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้บริการนั้นจะถูกจัดว่ามีคุณภาพ แต่ถ้าหากบริการที่รับรู้มีน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ผู้ใช้บริการจะกล่าวว่าการบริการไม่ดีหรือไม่มีคุณภาพ ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 มิติและตัวแบบการรับรู้คุณภาพบริการของพาราสุรามานและคณะ

สรุปได้ว่าแนวคิดคุณภาพการบริการตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการและปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการเป็นความสอดคล้องระหว่างความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าต่อบริการที่ได้รับซึ่งคุณภาพการบริการนั้นจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสมปราศจากข้อผิดพลาดก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจนเกิดความพึงพอใจถึงแม้เป็นงานบริการที่ไม่มีตัวตน แต่ต้องตอบสนองทันทีซึ่งบริการต้องมีความพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลาเพื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและเกิดความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ

2.2.6 เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ

นิติพล ภูตะโชติ (2551, อ้างถึงใน เบญจมาภรณ์ แจ่มแจ้ง, 2559) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการไว้ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนานเพราะอาจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเบื่อและเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

2. ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการ หากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

3. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) เกิดขึ้นจากความแตกต่างของลักษณะลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลูกค้าอาจจะมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นลูกค้าย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าได้รับทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่างๆ โดยการใช้ภาษาเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย

5. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ความพร้อมเป็นประสิทธิภาพของการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้นๆ

6. ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and competence) ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญของผู้ให้บริการจะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

7. คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของงานบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการ กล่าวคือลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจและไม่เสียดายที่จะจ่ายเงินค่าบริการ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่คาดหวัง

8. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ความมีน้ำใจของพนักงาน ความจริงใจ และรู้สึกยินดีที่จะต้อนรับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ

9. ให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้านั้นเป็นสิ่งจำเป็นไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใคร ต้องดูแลเอาใจใส่เขาอย่าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณทอดทิ้งไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพนักงาน

10. ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดีมีการได้รับรางวัลหรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการสร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในบริการ

11. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้อง สม่ำเสมอเท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

12. การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึงการให้บริการตอบสนองทันที เมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการหรือเมื่อเกิดปัญหาก็สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่างๆได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง

13. ความปลอดภัย (Security) ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยงไม่เกิดปัญหาต่างๆตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ

14. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) ผู้ให้บริการจะต้องทราบว่าลูกค้าต้องการอะไรตั้งนั้น ต้องค้นหาสิ่งต่างๆเหล่านั้นมาบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ถ้าผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาตอบสนองเขาได้ก็หมายถึง ความมีประสิทธิภาพของบริการ

จากแนวคิดคุณภาพบริการ ซึ่งศึกษาถึงประเด็นช่องว่างคุณภาพบริการทั้ง 5 ระดับ โดยเริ่มจากแหล่งความคาดหวังของผู้รับบริการ ไม่ว่าจะเป็นการบอกแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล และประสบการณ์ในอดีต ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่โรงพยาบาลต้องการให้ความสนใจเนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นบ่อเกิดแห่งความคาดหวังที่ผู้รับบริการประเมินคุณภาพการบริการโดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่คาดหวังหรือปรารถนา นอกจากนี้การวิจัยยังช่วยให้ทราบถึงปัจจัยโดยทั่วไปซึ่งผู้รับบริการใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ด้านและการวิจัยช่วงที่สองซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำให้สามารถรวมปัจจัยบางด้านซึ่งมีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกันด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติจนในที่สุดก็ได้พัฒนาจนได้เครื่องมือซึ่งเรียกว่า Servqual เพื่อวัดความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ด้านคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพึงพอใจในคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล เมื่อระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ หากระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการผู้บริโภคก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปยุตตรี พิชัยจุมพล (2541) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยในแห่งหนึ่งในจังหวัดยะลา โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 ราย พบว่าผู้ป่วยนอกที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทผู้ป่วยแตกต่างกันมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อบริการของผู้ป่วยนอกไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทผู้ป่วยต่างมีความพึงพอใจต่างกัน รวมทั้งมีข้อเสนอแนะ 3 ข้อ ประกอบด้วย ค่ารักษาค่อนข้างแพง การเพิ่มแพทย์ที่เชี่ยวชาญ ระยะเวลารอดตรวจรักษานาน และเหตุผลผู้ป่วยส่วนใหญ่ที่มารักษาคือมีความสะดวกรวดเร็ว

สร้อยรุจิ อินทศร (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐม พบว่าลูกค้าที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อระดับการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยคุณลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจการให้บริการด้านสินค้าและบริการ สถานที่บริการ และการส่งเสริมแนะนำบริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และลูกค้าที่มีอายุและรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสินค้าและบริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันด้านสินค้าและบริการ ราคา สถานที่บริการและการส่งเสริมแนะนำบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

มนทิวรา สัทธาธิก (2547) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลหัวเฉียว พบว่า ความพึงพอใจในด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลหัวเฉียวมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับดี เป็นส่วนใหญ่ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่าผู้ใช้บริการมีความเห็นเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลว่าสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างละเอียดและให้บริการด้วยความเต็มใจ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางคุณภาพพบว่า มีเพียงส่วนน้อยที่ได้รับการบริการไม่ทั่วถึง

กัลยา แจ่มแจ่ม (2549) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่าสาย จังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก ด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้สะดวกและสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ด้านพนักงานลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัย ถูกต้องและน่าเชื่อถือและลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยคือ การเผยแพร่ข้อมูลของธนาคารทันเวลา ทันต่อความต้องการ

ด้านการให้บริการ ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย และพร้อมที่จะใช้งานอยู่ตลอดเวลา

ตรีบุษ จำปาทอง (2553) ได้ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการก่อนและหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลศิริราช โดย ศึกษาเปรียบเทียบ 2 กรณี คือ ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการก่อนและหลังใช้บริการ และระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพบริการหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการโรงพยาบาลศิริราช ทั้งโดยรวมและรายด้าน ศึกษาโดยใช้เครื่องมือวัดคุณภาพบริการตามแนวคิดและทฤษฎีของพาราสุรามาน, ไชธอมอล และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก คลินิกพิเศษนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลศิริราช จำนวน 400 ชุด โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและเลือกแบบกำหนดโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การประมาณค่าที่ระดับความเชื่อมั่นด้วยค่าสถิติ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวค่าสถิติ Brown-Forsythe และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพการบริการก่อนและหลังการใช้บริการ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับสูง และความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับสูง ยกเว้นด้านความน่าเชื่อถือที่อยู่ในระดับสูงมากและเปรียบเทียบ 2 กรณี คือ ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการก่อนและหลังใช้บริการของผู้ใช้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการหลังใช้บริการ ของผู้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัทธญา มาลีศรี และปรารธนา ปุณณกิติเกษม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้รับบริการมีระดับค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในการบริการมากกว่าการรับรู้จากบริการที่ได้รับความคาดหวัง แสดงว่าผู้รับบริการไม่พึงพอใจกับบริการที่ได้รับหรือการให้บริการของโรงพยาบาลรัฐบาลแห่งนี้ไม่มีคุณภาพดี หากพิจารณาในแต่ละมิติ พบว่าในปัจจุบันความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่าระดับค่าเฉลี่ยของการรับรู้ในการบริการมากกว่าระดับความคาดหวัง แสดงว่าผู้รับบริการเห็นว่ามีคุณภาพในการบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยมีระดับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง แต่ในอีก 4 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือ ใ้วางใจ ด้านการตอบสนองในการให้บริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นใจบริการและด้านความเห็นอกเห็นใจ กลับมีค่าเฉลี่ยในการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าผู้รับบริการเห็นว่ามีคุณภาพในการบริการที่ดีในด้านดังกล่าว จากผลการศึกษา พบว่าปัจจุบันโรงพยาบาลกรณีศึกษาตัวอย่างใน

ประเทศไทยแห่งนี้ไม่สามารถทำให้ผู้รับบริการรับรู้การบริการครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ได้ ดังนั้นผู้บริหารสามารถใช้ประโยชน์จากผลการศึกษานี้ปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการของโรงพยาบาลได้โดยลดช่องว่างที่ทำให้ระหว่างด้านที่การบริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ

ประสพโชค เจริญวิริยะภาพ (2554) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านโป่ง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่าด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับพอใจ ด้านการประสานงานของบริการมีคุณภาพการบริการในระดับพอใช้ ด้านอรรถาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ มีคุณภาพการบริการในระดับควรปรับปรุง (ค่าเฉลี่ย 2.55) และค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการมีคุณภาพการบริการในระดับค่อนข้างดี (ค่าเฉลี่ย 4.01) ผลการสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างมี อายุ อาชีพ ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่และระยะเวลาของการใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านโป่ง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี แตกต่างกัน

สมฤดี ธรรมสุรติ (2554) ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้า ของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการโดยรวมว่ามีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และยังมี ความสัมพันธ์กับความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การศึกษาพบว่าปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ ในขณะที่ปัจจัยคุณภาพ บริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ในทางตรงกันข้ามด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัย

คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจ ไม่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กัญชัย ประยูรคง (2556) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลสามพราน ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลสามพราน จำนวน 91 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีอายุตั้งแต่ .46. ปี ขึ้นไป มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลสามพราน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นอันดับที่หนึ่ง คือ ด้านบุคลากร อันดับที่สอง คือ ด้านอาคารสถานที่ อันดับที่สาม คือ ด้านขั้นตอน กระบวนการให้บริการและอันดับสุดท้ายคือ.ด้านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ เทคโนโลยี ตามลำดับ

สุรเดช ทองแกมแก้ว (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลกรุงเทพหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการแผนกอายุรกรรมเหตุผลที่มาใช้บริการเนื่องจากมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001 – 3,000 บาท ค่าระค่าบริการโดยใช้การประกันชีวิต ระยะเวลาในการเดินทางมาโรงพยาบาลน้อยกว่า 1 ชม. ระยะเวลาสิ้นสุดในการรักษา 1-2 ชั่วโมง ส่วนการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลกรุงเทพหาดใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าเพศและภูมิลำเนาของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลกรุงเทพหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสำหรับความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนบุคคล ด้านศาสนา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลกรุงเทพหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติ

พรประภา สุตประเสริฐ และ ณิช์ กุสิษฐ์ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจและแนวโน้มการใช้บริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลอาภากรเกียรติวงศ์ ฐานทัพเรือสัตหีบ พบว่าการรับรู้ในคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือของบริการและด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการสามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมได้ โดยความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับพฤติกรรมการใช้บริการด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ และพฤติกรรมการใช้บริการด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับแนวโน้มการใช้บริการ

ธนิดา ทองมา (2557) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการโรงพยาบาลทหารผ่านศึก พบว่าระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการโรงพยาบาลทหารผ่านศึกอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการประสานงานของการบริการมีค่าเฉลี่ยมาก

ที่สุด รองลงมาด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านความสะอาดที่ได้รับบริการ ตามลำดับซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนผู้มารับบริการที่มีเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลทหารผ่านศึกไม่แตกต่างกัน ยกเว้นประชาชนผู้มารับบริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลทหารผ่านศึกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พรรณนิดา ขุนทรง (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) 1) ผลการวิจัยระดับปัจจัยการบริหารองค์การของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) พบว่า ปัจจัยการบริหารองค์การโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ในระดับสูงมาก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ต่อมาคือปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ส่วนปัจจัยการบริหารองค์การด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านโครงสร้าง 2) ผลการวิจัยระดับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) พบว่าคุณภาพการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเชื่อมั่นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ในระดับสูงมาก รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ต่อมาคือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยการบริหารองค์การส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ณัฐภัทร ศรีธา (2559) ศึกษาคุณภาพบริการโรงพยาบาลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษา พบว่าคุณภาพบริการโรงพยาบาลมะขาม โดยภาพรวม มีคุณภาพบริการในระดับดี เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีคุณภาพบริการระดับดีเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ซึ่งมีคุณภาพบริการ ระดับดี ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโรงพยาบาลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน

ทิพย์สุนันท์ ศรีลาธรรม (2559) ศึกษาคุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในเขตอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.8 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.2 ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) ได้แก่ความคาดหวังต่อการให้บริการ การรับรู้ต่อการให้บริการ

อาชีพและรายได้ ผลการศึกษาครั้งนี้เสนอแนะให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่ มีการส่งเสริมคุณภาพ การบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้มากขึ้น ในด้านการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการโดย การประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร ในด้านเจ้าหน้าที่ต้องให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ

ไชยชนะ จันทอรารีย์ และมาเรียม นะมิ (2559) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อ ความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงพยาบาล พระราม 2 ผลการศึกษา พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าสถิติ ไคสแควร์ (χ^2) เท่ากับ 877.200 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 847 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.229 ไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.035 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.934 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.912 ค่าดัชนีความสอดคล้อง เปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.026 ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.110 นอกจากนี้ผลการวิจัยแสดงว่า (1) คุณภาพการให้บริการปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ได้แก่ ความรวดเร็วในการตอบสนอง ความเชื่อถือและไว้วางใจ การรับประกัน และความเอาใจใส่ ลูกค้าเป็นรายบุคคล (2) คุณภาพการให้บริการปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความรวดเร็วในการตอบสนอง ความเชื่อถือ และไว้วางใจ ความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (3) ความไว้นื้อเชื่อใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ (4) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอก ต่อ (5) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

วัลภา ยิ้มปราโมทย์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อ โรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2 ผลการศึกษา พบว่า ผลการวัดระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการในแต่ละด้าน พบว่าความพึงพอใจต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อการบริการของบุคลากร อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อความมั่นใจของผู้มารับบริการที่มี ต่อโรงพยาบาล อยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจต่อความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ อยู่ในระดับ มากที่สุด ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความพึงพอใจที่มีต่อ การให้บริการของโรงพยาบาล อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การ ถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อ โรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การให้บริการของบุคลากรและคุณภาพการบริการ ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ ได้แก่ ความมั่นใจของผู้มารับบริการที่มีต่อโรงพยาบาล และความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ โดยตัวแปร ทั้ง 6 ตัว สามารถนำมาพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน

แต่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.28 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนได้ร้อยละ 27.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บุญญา พวงทับทิม (2560) ศึกษาคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้มาใช้บริการส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 285 คน เพศชายจำนวน 115 คน อายุ ระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ระดับการศึกษาปริญญาตรีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนส่วนมาก จำนวน 151 คน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท และ 50,001 ขึ้นไป 2) แผนกที่กลุ่มผู้มาใช้บริการในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ แผนกประชาสัมพันธ์แผนกผู้ป่วยนอก (OPD) แผนกผู้ป่วยใน (IPD) แผนกรังสี (X-ray) แผนกทันตกรรม แผนกสถาบันความงาม แผนกแคชเชียร์ แผนก Admission โดยเฉลี่ยเท่ากับ 12.5 3) ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจและการรับรู้คุณภาพบริการ ในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 4) ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการยิ้มแย้มเอาใจใส่ลูกค้าและการให้การช่วยเหลือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ยังมีได้ร้องขอ ด้านการบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ ด้านการรักษาสิทธิและรักษาภาพพจน์องค์กร ด้านสุขภาพอ่อนโยนมารยาทดี ด้านการกระตือรือร้น ทุกด้านอยู่ในระดับมาก และระดับความพึงพอใจ และรับรู้คุณภาพการบริการของผู้มาใช้บริการด้านสุขภาพที่มีต่อการมาใช้บริการในโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

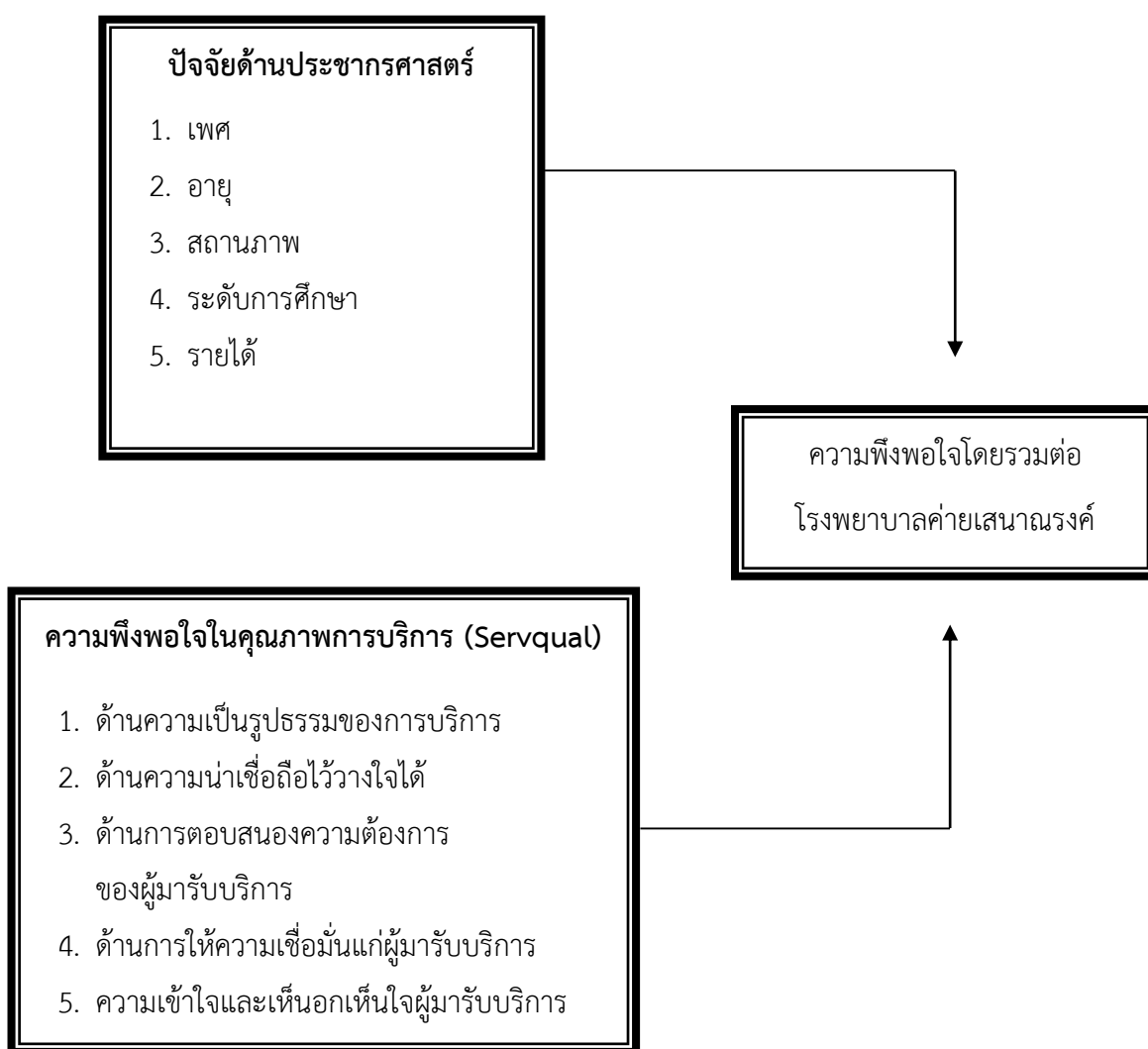
วรัญญา เขยตุ้ย (2561) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการ โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการ โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ในด้านกระบวนการให้บริการรักษา ด้านคุณภาพการให้บริการของบุคลากร ด้านความเหมาะสมของค่ารักษา และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และเมื่อเปรียบเทียบความ คาดหวังและความพึงพอใจของผู้มารับบริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า 1) อายุและสิทธิการรักษาพยาบาลที่ ผู้ป่วยมีแตกต่างกันส่งผลให้ระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน 2) จำนวนครั้งที่เข้ารับการรักษ ในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาแตกต่างกันส่งผลให้ระดับความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน 3) ความ คาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการโดยรวม ด้านกระบวนการให้บริการรักษา และด้านความเหมาะสม ของค่ารักษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และโดยภาพรวมพบว่าระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับ ความพึงพอใจ

อัครณี ภักดิ์วิงษ์ (2561) ศึกษาการสำรวจความพึงพอใจ ของผู้รับบริการต่อการให้บริการ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) งานบริการผู้ป่วยนอก งานบริการผู้ป่วยใน และงานบริการใน

ชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2561 ผลการศึกษา พบว่า 1) งานบริการผู้ป่วยนอก ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหน่วยงานอายุรกรรม มีที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-45 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรืออนุปริญญา ใช้บัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยเลือกรับบริการจากโรงพยาบาลบ้านแพ้ว เพราะเดินทางสะดวก ผู้ป่วยนอกจะแนะนำให้ ถ้าญาติหรือเพื่อนมารับการตรวจรักษาตัวในโรงพยาบาลเมื่อป่วย ร้อยละ 95.95 และจะกลับมาโรงพยาบาลนี้ ถ้าป่วยต้องเข้ารับการตรวจในโรงพยาบาลอีกและเมื่อสามารถเลือกโรงพยาบาลอื่นได้ ร้อยละ 94.54 ผู้เข้ารับบริการแผนกผู้ป่วยนอกมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจกิริยาของ แพทย์มากที่สุด และมีความพึงพอใจความสะอาดของห้องส้วมน้อยที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มจำนวนที่นั่ง รอ หรือขยายพื้นที่บริเวณรอให้กว้างขวางกว่าเดิม เพิ่มความเร็วในการบริการ และปรับปรุงที่จอดรถ 2) งานบริการผู้ป่วยใน ส่วนใหญ่เข้ารับบริการหน่วยงานห้องผ่าตัด มีที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 46-60 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ใช้บัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า โดยเลือกรับบริการจากโรงพยาบาลบ้านแพ้วเพราะเดินทางสะดวก ผู้ป่วยนอกจะแนะนำให้ถ้าญาติหรือเพื่อนมารับการตรวจรักษาตัวในโรงพยาบาลเมื่อป่วย ร้อยละ 92.93 และจะกลับมาโรงพยาบาลนี้ถ้าป่วยต้องเข้ารับการตรวจในโรงพยาบาลอีกและเมื่อสามารถเลือกโรงพยาบาลอื่นได้ ร้อยละ 89.47 ผู้เข้ารับบริการแผนกผู้ป่วยในมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจ ความสามารถของแพทย์ในการรักษาโรคที่เป็นมากที่สุด และมีความพึงพอใจความสะอาดสบายภายในห้องที่นอนน้อยที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มจำนวนเตียงนอน ปรับปรุงเตียงนอนให้อยู่ในสภาพดี 3) งานบริการในชุมชน ส่วนใหญ่เข้ารับบริการจากโรงพยาบาลบ้านแพ้ว 2 มีที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้เข้ารับบริการแผนกบริการชุมชนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจ การให้ข้อมูลคำแนะนำโดยพยาบาลและพยาบาลเปิดโอกาสให้สอบถามข้อข้องใจเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล หรือให้ตัดสินใจเลือกการรักษาที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด มีความพึงพอใจความสะอาดของห้องส้วมและพยาบาลมีการตรวจเยี่ยมประชาชนตามบ้านอย่างสม่ำเสมอที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะให้ขยายเวลาให้บริการ 4) งานบริการเยี่ยมบ้าน จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และระดับปริญญาตรีใช้สิทธิบัตรทองและภาคเอกชน ผู้เข้ารับบริการเยี่ยมบ้านมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษานี้ ได้นำแนวคิดการจัดการด้านคุณภาพบริการโดยนำ SERVQUAL มาเป็นแนวทางการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ รวมทั้งประมวลความคิดจากการรวบรวมวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยแล้วนำมาบูรณาการกำหนดเป็นกรอบการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่มารับบริการรักษาพยาบาลหรือผู้ป่วย ซึ่งเป็น กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป โดยจากการศึกษาจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการในช่วงระยะเวลา 1 เดือน พบว่ามีผู้มารับบริการเฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 7,750 คน (อ้างอิงจากสถิติฝ่ายทะเบียนของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ.2562) ทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก โดยในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidentment Sampling) ซึ่งกำหนดเงื่อนไขของผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

โดยที่ n : คือ จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N : คือ จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e : คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

จากจำนวนประชากร 7,750 คนต่อเดือน จะสามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{7,750}{1 + (7,750 \times 0.05^2)}$$

ดังนั้น จากการศึกษาจึงได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 380 คน ทั้งนี้จำนวนผู้เข้ามารับบริการมีจำนวนน้อยหรือไม่แน่นอน รวมทั้งอุปสรรคในการเก็บข้อมูลของกำลังพลทหารกองประจำการ ผู้วิจัยจึงกำหนดหน่วยในการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประเภทผู้รับบริการเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 จำนวน 50 คน, กำลังพลทหารกองประจำการ จำนวน 50 คน และประชาชนทั่วไป จำนวน 50 คน โดยเลือกเฉพาะผู้ป่วยที่มารับบริการแผนกผู้ป่วยนอก ซึ่งกำหนดเงื่อนไขของผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 150 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้ แบ่งเป็นตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังนี้

3.2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ประกอบด้วย

- ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ผู้รับบริการ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป
- คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความพึงพอใจโดยรวมต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยนี้คือ แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยเป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ให้เลือก 5 ระดับ ตามแบบของลิเกิร์ต สเกล (Likert, 1961) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับคำถามเชิงบวกดังต่อไปนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ให้เท่ากับ	5	คะแนน
พึงพอใจ	ให้เท่ากับ	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	ให้เท่ากับ	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย	ให้เท่ากับ	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	ให้เท่ากับ	1	คะแนน

การกำหนดเกณฑ์ ถือหลักว่าจะต้องให้ทุกระดับมีช่วงคะแนนเท่ากันจะเห็นได้ว่าคะแนนสูงสุด 5 คะแนน และต่ำสุด 1 คะแนน ซึ่งมีช่วงห่างหรือพิสัยของคะแนนเท่ากับ $5 - 1 = 4$ มี 5 ระดับ โดยแต่ละระดับควรมีช่วงห่างเท่ากับ $4/5 = 0.8$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายความว่า	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายความว่า	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายความว่า	พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายความว่า	พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายความว่า	พึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการ ที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์โดยเป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่าให้เลือก 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่างๆ ต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ได้กำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ งานวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การตอบแบบสอบถามของผู้รับบริการที่มาใช้บริการโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ซึ่งจากการเก็บข้อมูลครั้งนี้จะได้จำนวนแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 150 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ซึ่งเป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบเอกสารอันได้แก่ บทความทางวิชาการวิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ เอกสารงานวิจัย วารสาร สถิติข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากตัวแปรที่กำหนด ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทั้งนี้เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมซึ่งวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติการแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
2. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)
4. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของกลุ่มผู้รับบริการ 3 กลุ่ม โดยการทดสอบค่าเฉลี่ย (F-Test)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ประกอบด้วยกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป 3) ศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้รับบริการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 จำนวน 50 ตัวอย่าง กำลังพลทหารกองประจำการ จำนวน 50 ตัวอย่าง และประชาชนทั่วไป จำนวน 50 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้นจำนวน 150 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ และตารางประกอบการบรรยายตามลำดับดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 ลำดับชั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	แทน	ค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R^2	แทน	ค่าสหสัมพันธ์พหุกำลัง/ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด
R change	แทน	ประสิทธิภาพการทำนายที่เพิ่มขึ้นเมื่อเพิ่มตัวแปรอิสระเข้าไป
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)

Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
***	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (P<.001)
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (P<.01)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (P<.05)

4.2 ลำดับชั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ กับกลุ่มผู้รับบริการ 3 กลุ่ม

ส่วนที่ 5 ปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

การวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล (n=150)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	94	62.67
หญิง	56	37.33

ตาราง 4.1 (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	17	11.33
20 - 30 ปี	70	46.67
31 - 40 ปี	24	16.00
41 - 50 ปี	26	17.33
51 ปี ขึ้นไป	13	8.67
สถานภาพ		
โสด	87	58.00
สมรส	56	37.34
หม้าย	2	1.33
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	5	3.33
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	2	1.33
มัธยมศึกษา	8	5.33
อาชีวศึกษา	35	23.34
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	34	22.67
ปริญญาตรี	69	46.00
ปริญญาโท	2	1.33

ตาราง 4.1 (ต่อ)

คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 1,000 บาท	9	6.00
1,001 – 3,000 บาท	1	0.67
3,001 – 5,000 บาท	5	3.33
5,001 – 10,000 บาท	30	20.00
10,001 – 20,000 บาท	77	51.33
สูงกว่า 20,000 บาท	28	18.67
รวม	150	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 62.67 ส่วนเพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67

สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.34 สถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และสถานภาพหม้าย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33

ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.34 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 และระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 51.33 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001 – 5,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,001 – 3,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังตาราง 4.2-4.7

ตาราง 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.36	0.72	มากที่สุด	3
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.46	0.68	มากที่สุด	2
3. ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ	4.26	0.68	มากที่สุด	5
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ	4.55	0.66	มากที่สุด	1
5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ	4.29	0.69	มากที่สุด	4
โดยรวม	4.38	0.69	มากที่สุด	

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D.= 0.69) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 4.55$, S.D.= 0.66) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.46$, S.D.= 0.68) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.36$, S.D.= 0.72) และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 4.29$, S.D.= 0.69) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D.= 0.68)

ตาราง 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ				
1. สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มีความเหมาะสมในการเดินทางมารับบริการ	4.58	0.62	มากที่สุด	1
2. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักรักษาพยาบาล ห้องน้ำ ที่จอดรถ โรงอาหาร	4.39	0.75	มากที่สุด	2
3. คุณภาพและความทันสมัยของอุปกรณ์/ เครื่องมือ	4.31	0.77	มากที่สุด	3
4. มีป้ายข้อความบอกจุดบริการ/ป้าย ประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.17	0.74	มาก	4
โดยรวม	4.36	0.72	มากที่สุด	

จากตาราง 4.3 พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X} = 4.36$, S.D.= 0.72) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ตั้งของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มีความเหมาะสมในการเดินทางมารับบริการ ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.62)
รองลงมาคือ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักรักษาพยาบาล ห้องน้ำ ที่จอดรถ
โรงอาหาร ($\bar{X} = 4.39$, S.D.= 0.75) และคุณภาพและความทันสมัยของอุปกรณ์/เครื่องมือ ($\bar{X} =$
4.31, S.D.= 0.77) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ มีป้ายข้อความบอกจุดบริการ/ป้าย
ประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.74)

ตาราง 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้				
1. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและบริการเป็นที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้	4.47	0.68	มากที่สุด	2
2. ค่ายา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์มีราคาเหมาะสม	4.46	0.69	มากที่สุด	3
3. มีความสะดวกรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา	4.39	0.68	มากที่สุด	4
4. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน	4.51	0.67	มากที่สุด	1
โดยรวม	4.46	0.68	มากที่สุด	

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D.= 0.68) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ($\bar{X} = 4.51$, S.D.= 0.67) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและบริการเป็นที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.47$, S.D.= 0.68) และค่ายา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์มีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 4.46$, S.D.= 0.69) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ มีความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา ($\bar{X} = 4.39$, S.D.= 0.68)

ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ				
1. เจ้าหน้าที่พยายามเข้าใจความต้องการของ ผู้รับบริการ	4.21	0.66	มากที่สุด	4
2. แพทย์และเจ้าหน้าที่ให้บริการคนไข้ได้อย่าง ทั่วถึง	4.25	0.68	มากที่สุด	3
3. เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจกับผู้รับบริการขณะ ปฏิบัติงาน	4.27	0.71	มากที่สุด	2
4. ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ ยุ่งยาก	4.30	0.67	มากที่สุด	1
โดยรวม	4.26	0.68	มากที่สุด	

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ โดยภาพรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D.= 0.68) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ
ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D.= 0.67) รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่
ให้ความสนใจกับผู้รับบริการขณะปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.71) แพทย์และเจ้าหน้าที่ให้บริการ
คนไข้ได้อย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= 0.68) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ เจ้าหน้าที่พยายาม
เข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.21$, S.D.= 0.66)

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ				
1. แพทย์และเจ้าหน้าที่มีการตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด	4.56	0.63	มากที่สุด	2
2. แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญให้บริการอย่างมืออาชีพ	4.59	0.61	มากที่สุด	1
3. แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีกริยาท่าทางและมารยาทที่ดีอยู่เสมอ	4.53	0.69	มากที่สุด	3
4. แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีการบริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ	4.51	0.71	มากที่สุด	4
โดยรวม	4.55	0.66	มากที่สุด	

จากตาราง 4.6 พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D.= 0.66) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญให้บริการอย่างมืออาชีพ ($\bar{X} = 4.59$, S.D.= 0.61) รองลงมาคือ แพทย์และเจ้าหน้าที่มีการตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด ($\bar{X} = 4.56$, S.D.= 0.63) และแพทย์และเจ้าหน้าที่ มีกริยาท่าทางและมารยาทที่ดีอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.53$, S.D.= 0.69) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีการบริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.51$, S.D.= 0.71)

ตาราง 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ				
1. แพทย์และเจ้าหน้าที่ ให้ความสนใจที่จะดูแล รักษาด้วยความ เอื้ออาทรเสมอ	4.37	0.60	มากที่สุด	1
2. เจ้าหน้าที่รู้จักและสามารถจดจำผู้มารับ บริการได้	4.23	0.75	มากที่สุด	3
3. สามารถติดต่อได้ง่ายเมื่อเกิดปัญหาหรือ ต้องการนัดหมาย	4.35	0.69	มากที่สุด	2
4. มีการเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความเห็น แบบสอบถาม เป็นต้น	4.19	0.72	มาก	4
โดยรวม	4.29	0.69	มากที่สุด	

จากตาราง 4.7 พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D.= 0.69) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ
แพทย์และเจ้าหน้าที่ ให้ความสนใจที่จะดูแลรักษาด้วยความ เอื้ออาทรเสมอ ($\bar{X} = 4.37$, S.D.= 0.60)
รองลงมาคือ สามารถติดต่อได้ง่ายเมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการนัดหมาย ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.69) และ
เจ้าหน้าที่รู้จักและสามารถจดจำผู้มารับบริการได้ ($\bar{X} = 4.23$, S.D.= 0.75) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยลำดับ
สุดท้าย คือ มีการเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความเห็น แบบสอบถาม เป็นต้น
($\bar{X} = 4.19$, S.D.= 0.72)

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังตาราง 4.8

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์	4.40	0.60	มากที่สุด	1
2. ท่านรู้สึกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์	4.31	0.69	มากที่สุด	2
โดยรวม	4.36	0.65	มากที่สุด	

จากตาราง 4.8 พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D.= 0.65) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความพึงพอใจต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ($\bar{X} = 4.40$, S.D.= 0.60) รองลงมาคือ รู้สึกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.69)

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ กับกลุ่มผู้รับบริการ 3 กลุ่ม

การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ กับกลุ่มผู้รับบริการ 3 กลุ่ม โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และหากมีความแตกต่างให้ใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe') ดังตาราง 4.9-4.10

ตาราง 4.9 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการ

ความพึงพอใจต่อการ ให้บริการของโรงพยาบาลค่าย เสนาณรงค์	กลุ่มผู้รับบริการ						F	Sig
	กำลังพล		กำลังพลทหาร และ ครอบครัว ของ มทบ.42		ประชาชน ทั่วไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ความพึงพอใจต่อการ ให้บริการโดยรวม	4.55	0.56	4.63	0.47	3.88	0.60	33.871	.000**

** $p < .01$

จากตาราง 4.9 พบว่า ผู้รับบริการที่เป็นประเภทกลุ่มผู้รับบริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีแบบ Scheffe

ตาราง 4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ จำแนกตามกลุ่มผู้รับบริการ

กลุ่มผู้รับบริการ	\bar{X}	กำลังพลทหารและ	กำลังพลทหาร	ประชาชน
		ครอบครัวของ มทบ.42	กองประจำการ	ทั่วไป
		4.55	4.63	3.88
กำลังพลทหารและครอบครัว ของ มทบ.42	4.55	--	-.080	.670**
กำลังพลทหารกองประจำการ	4.63		--	.750**
ประชาชนทั่วไป	3.88			--

** $p < .01$

จากตาราง 4.10 พบว่า ผู้รับบริการที่เป็นกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 ($\bar{X} = 4.55$) และกำลังพลทหารกองประจำการ ($\bar{X} = 4.63$) มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มากกว่าผู้รับบริการที่เป็นประชาชนทั่วไป ($\bar{X} = 3.88$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 5 ปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยการหาค่าการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการใน 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation Analysis) และ 2) การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ดังตาราง 4.11-4.12

ตาราง 4.11 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	1	2	3	4	5	6
1. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.36	0.62	(.874)					
2. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	4.46	0.59	.751**	(.875)				
3. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ	4.26	0.58	.635**	.602**	(.903)			
4. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ	4.55	0.60	.765**	.788**	.606**	(.873)		
5. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ	4.29	0.60	.628**	.630**	.545**	.636**	(.900)	
6. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	4.35	0.60	.666**	.662**	.614**	.617**	.768**	(.829)

หมายเหตุ n = 150, ** $p < .01$; * $p < .05$, ในวงเล็บคือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก

จากตาราง 4.11 พบว่าตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ส่วนตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ขณะที่พิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมากที่สุดเท่ากับ 0.62 แสดงว่ามีการตอบกระจายมากที่สุด ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุดเท่ากับ 0.58 ซึ่งแสดงว่า มีการตอบกระจายน้อยที่สุดหรือมีการเกาะกลุ่มกันมากที่สุด

สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ พบว่า ทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ดังนี้

1. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ .666
2. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ .662
3. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ .614
4. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ .617
5. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ .768

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค ในทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่นเพียงพอ

ตาราง 4.12 การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	
	Mode 1
Constant	.287
ตัวแปรควบคุม	
เพศ	-.049
อายุ	.057
ระดับการศึกษา	-.016
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.024
กลุ่มกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42	.034
กลุ่มกำลังพลทหารกองประจำการ	.013
ตัวแปรอิสระ	
ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.167
ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	.163
ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ	.166*
ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ	-.079
ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ	.521**
F Test	26.537**
R²	.679
Adjusted R²	.653

หมายเหตุ * $p < .05$, ** $p < .01$ ตัวเลขที่เห็นคือค่า standardized coefficient (β)

ค่า coefficient ของทหารทั้ง 2 กลุ่ม เปรียบเทียบกับกลุ่มผู้รับบริการที่เป็นประชาชนทั่วไป

จากตาราง 4.12 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม โดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า

ตัวแปรปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ($\beta=.166$) ส่วนตัวแปรปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ($\beta=.521$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้ร้อยละ 67.9 ดังนั้น สรุปได้ว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของแต่ละกลุ่มผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ประกอบด้วย กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 กำลังพลทหารกองประจำการ และประชาชนทั่วไป และ 3) ศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ได้แก่ กำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 จำนวน 50 ตัวอย่าง กำลังพลทหารกองประจำการ จำนวน 50 ตัวอย่าง และประชาชนทั่วไป จำนวน 50 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้นจำนวน 150 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe') และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ

ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.67 มีระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 58.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.00 และส่วนใหญ่มิรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.33

5.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D.= 0.69) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 4.55$, S.D.= 0.66) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.46$, S.D.= 0.68) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.36$, S.D.= 0.72) และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 4.29$, S.D.= 0.69) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D.= 0.68)

5.1.3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D.= 0.65) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความพึงพอใจต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ($\bar{X} = 4.40$, S.D.= 0.60) รองลงมาคือ รู้สึกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.69)

5.1.4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ กับกลุ่มผู้รับบริการ 3 กลุ่ม

ผู้รับบริการที่เป็นประเภทกลุ่มผู้รับบริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผู้รับบริการที่เป็นกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 และกำลังพลทหารกองประจำการ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มากกว่าผู้รับบริการที่เป็นประชาชนทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.1.5 ปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ($\beta=.166$) และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจ

และเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ($\beta=.521$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้ร้อยละ 67.9

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.1.1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของสมฤดี ธรรมสุริตี (2554) ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

พิจารณารายด้าน ได้แก่

ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากโรงพยาบาลมีแพทย์ และเจ้าหน้าที่ ที่มีการตรวจอย่างละเอียดด้วยความรู้ ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญ มีการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ทำให้ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นต่อการมารับบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของสมฤดี ธรรมสุริตี (2554) ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้า ของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ โดยรวมว่ามีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำบริการที่สร้างความเชื่อถือให้กับผู้รับบริการ ได้รับบริการด้วยความรวดเร็ว และมีคำรักษาพยาบาลที่เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ สอดคล้องกับการศึกษาของของวัลภา ยัมปราโมทย์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาล

ในเครือพระราม 2 ผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากโรงพยาบาลมีการให้บริการที่มีความเหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอกับผู้รับบริการ มีเครื่องมือที่ทันสมัย ป้ายประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก สอดคล้องกับการศึกษาของวัลภา ยิ้มปรโมทย์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2 ผลการศึกษา พบว่าความพึงพอใจต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากแพทย์และบุคลากรของโรงพยาบาล ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการด้วยความเอาใจใส่ เมื่อมีปัญหาสามารถสอบถามได้โดยสะดวก มีการรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการในการนำไปปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาสมฤดี ธรรมสุรติ (2554) ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความเห็นอกเห็นใจ โดยรวมว่ามีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ผู้รับบริการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเจ้าหน้าที่และบุคลากรของโรงพยาบาล มีการให้ความสนใจกับผู้รับบริการ เข้าใจความต้องการและมีการให้บริการอย่างทั่วถึงเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสมฤดี ธรรมสุรติ (2554) ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ โดยรวมว่ามีความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด

5.1.2 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของวัลภา ยิ้มปราโมทย์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2 ผลการศึกษา พบว่า ผลการวัดระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของผู้รับบริการที่มีต่อโรงพยาบาล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

พิจารณารายข้อ ได้แก่

มีความพึงพอใจต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากได้รับความสะดวกสบาย และได้รับความเอาใจใส่จากบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่ในการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก ทุกคนได้รับการโดยเสมอภาคกัน สอดคล้องกับการศึกษาของอัครณี ภักดีวงษ์ (2561) ศึกษาการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) งานบริการผู้ป่วยนอก งานบริการผู้ป่วยในและงานบริการในชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2561 ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้ารับบริการแผนกผู้ป่วยในมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

รู้สึกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับบริการรับรู้ถึงคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเป็นอย่างดี มีการรับรู้ถึงศักยภาพและคุณภาพที่ได้รับการรักษาพยาบาลจากโรงพยาบาลที่ให้บริการ ได้รับรู้ถึงความสะดวกสบายและการให้บริการอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับการศึกษาของวัลภา ยิ้มปราโมทย์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2 ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

5.1.3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ กับกลุ่มผู้รับบริการ 3 กลุ่ม

ผู้รับบริการที่เป็นประเภทกลุ่มผู้รับบริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผู้รับบริการที่เป็นกำลังพลทหารและครอบครัวของ มทบ.42 และกำลังพลทหารกองประจำการ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มากกว่าผู้รับบริการที่เป็น

ประชาชนทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ เป็นโรงพยาบาลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้สวัสดิการสำหรับกำลังพลทหาร และที่ตั้งของโรงพยาบาลก็ตั้งอยู่ในบริเวณค่ายทหาร เมื่อกำลังพลทหารเจ็บไข้ได้ป่วยหรือได้รับบาดเจ็บจากการปฏิบัติหน้าที่ ก็สามารถมารับการรักษาในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ได้อย่างทันท่วงที เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางมารับการรักษาพยาบาล มากกว่าประชาชนทั่วไป

5.1.4 ปัจจัยคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ($\beta=.166$) และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ($\beta=.521$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนในความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้ร้อยละ 67.9 สอดคล้องกับการศึกษาของ ไชยชนะ จันทรอารีย์ และมาเรียม นะมิ (2559) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงพยาบาลพระราม 2 ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความรวดเร็วในการตอบสนอง ความเชื่อถือ และไว้วางใจ ความเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ จากการศึกษา พบว่า มีป้ายข้อความบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ให้มีการจัดทำป้ายบอกตำแหน่งให้เห็นชัดเจน และหาได้ง่าย ป้ายบอกตำแหน่งไม่ซับซ้อน วกวน ทำให้ผู้รับบริการสับสน เพราะป้ายบอกจุดบริการมีความสำคัญในการเดินทางไปยังจุดหมายเป็นอย่างยิ่ง ป้ายบอกจุดบริการจะบอกถึงสถานที่ ทิศทางและระยะทางสำหรับการใช้บริการเป็นอย่างยิ่ง

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ จากการศึกษา พบว่า มีความสะดวกรวดเร็วทันตามกำหนดเวลา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ให้มีการปรับปรุงการให้บริการที่มีความสะดวก และมีความรวดเร็ว ตามระยะเวลาที่กำหนด ป้องกันความล่าช้าจากการรับบริการ เพราะหน่วยงานที่ให้บริการประชาชนที่มุ่งเน้นการอำนวยความสะดวก โดยมีมาตรฐานระบบงาน เชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน ส่งมอบบริการด้วยใจ เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงง่าย ประชาชนมีความพึงพอใจต่อบริการของภาครัฐ

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ จากการศึกษา พบว่าเจ้าหน้าที่พยายามเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเข้าใจความรู้สึกของผู้รับบริการให้มากกว่านี้ เพราะการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดีผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจและชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กร เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่างๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น ดังนั้น ถ้าบริการดีผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กรภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ จากการศึกษา พบว่า แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีการบริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ปรับปรุงการให้บริการให้มีความเสมอภาคเท่าเทียมกับผู้รับบริการทุกคน ไม่มีการเลือกปฏิบัติ เพราะหลักความเสมอภาคถือว่าเป็นหลักพื้นฐานของศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ย่อมไม่ได้รับการรับรองและคุ้มครองจากกฎหมายอย่างเท่าเทียมกันในฐานะที่เป็นมนุษย์โดยมิต้องคำนึงถึงคุณสมบัติอื่นๆ อาทิ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา ถิ่นกำเนิด

ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ จากการศึกษา พบว่า มีการเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความเห็น แบบสอบถาม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ให้มีการประเมินการให้บริการของเจ้าหน้าที่หรือให้มีการตั้งกล่องรับความคิดเห็นของผู้มารับบริการ เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการให้บริการที่ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่น่าจะเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้การให้บริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของประชาชนให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

5.3.2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการด้านสุขภาพในโรงพยาบาลที่เป็นเครือข่ายเดียวกันเป็นการวัดระดับความแตกต่างด้านคุณภาพและความพึงพอใจในการบริการ
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่เน้นรายละเอียดมากยิ่งขึ้น เช่น ด้านการแพทย์เฉพาะทาง รวมถึงศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น ระบบเทคโนโลยีทางการแพทย์ให้มีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนาระบบการให้บริการของโรงพยาบาลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกพร ลีลาเทพินทร์ พัทธญา มาลือศรี และปรารธนา ปุณณกิติเกษม. (2554). การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. 34(4), 443-445.
- กมนวรรณ มั่นมาก. (2556). เรื่องคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กัญชัย ประยูรคง. (2556). ความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลสามพราน. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยทองสุข.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2530). จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่1-7. นนทบุรี. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2539). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชุตินมณฑน์ วิมูลชาติ. (2553). ความพึงพอใจของกลุ่มคนทำงานในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ไชยชนะ จันทอรารีย์ และมาเรียม นะมี. (2559). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความไว้นี้เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงพยาบาลพระราม 2. Panyapiwat Journal, 8(2), 25-40.
- ชำนาญ ภู่อี่ยม. (2537). การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการในโรงพยาบาลของรัฐ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). อยุธยา : พี ออฟเซ็ทอาร์ท.
- ฐิตินันท์ กล้าหาญ. (2553). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐภัทร ศรีทา. (2559). คุณภาพบริการโรงพยาบาลมะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม. (2559). คุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในเขตอำเภอ บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร งานสาธารณสุขบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). การบริการของรัฐในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการ ปฏิรูปราชการ.
- ธนิศา ทองมา. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการโรงพยาบาลทหารผ่านศึก. ปรินญา นิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัด หนองคาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ประคอง กรรณสูต. (2538). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญญา พวงทับทิม. (2560). คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พรธิดา ขุนทรง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การ มหาชน). หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะและการจัดการ ภาครัฐ) คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พะเยาว์ สังคนาคินทร์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ยุพาวรรณ วรธนาณิชย์. (2551). การตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. (2535). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ตามนโยบาย ประกันสังคม: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: สำนักงานประกันสังคม.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วรัญญา เขยตุ้ย. (2561). ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้ บริการของผู้มารับ บริการ โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสาร Mahidol R2R e-Journal, 5(1), 101-119.

- วัชรพล ทองหอม. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการโรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วัลภา ยิ้มปราโมทย์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2536). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. (2542). คุณภาพในการบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2550). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศัญญา บัวสุวรรณ. (2553). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลเมืองชลบุรี. ภาคนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการ สร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ: เอช-เอนการพิมพ์.
- สมฤดี ธรรมสุรดี. (2554). ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้า ของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมิต สัชฌุกร. (2550). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สายธาร.
- สร้อยรุจิ อินทศร. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของห้างบิ๊กซี ซูเปอร์ เซ็นเตอร์ สาขาจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัครณี ภักดีวงษ์. (2561). การสำรวจความพึงพอใจ ของผู้รับบริการต่อการให้บริการ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) งานบริการผู้ป่วยนอก งานบริการผู้ป่วยใน และงานบริการในชุมชน ประจำปีงบประมาณ 2561. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อ
โรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

คำชี้แจง การตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการ

ตอนที่ 4 เสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

2. การเก็บข้อมูลในครั้งนี้นำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

3. ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามโดยอิสระ ตามความรู้สึกรับแท้จริงของท่าน ทั้งนี้คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น และไม่มีผลใดๆต่อตัวท่านทั้งสิ้น อีกทั้งข้อมูลที่ได้รับทั้งหมดจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

นางสาวนาฏสิริ ฝ่องมหิษฐ์

ผู้ทำการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20 – 30 ปี
 3. 31 - 40 ปี 4. 41 - 50 ปี
 5. อายุ 51 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย 4. หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ไม่เคยได้รับการศึกษา 2. ประถมศึกษา
 3. มัธยมศึกษา 4. อาชีวศึกษา
 5. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า 6. ปริญญาตรี
 7. ปริญญาโท 8. อื่น ๆ

5. ท่านมีรายได้เฉลี่ยเดือนละเท่าไร

1. น้อยกว่า 1,000 บาท 2. 1,001 – 3,000 บาท
 3. 3,001 – 5,000 บาท 4. 5,001 – 10,000 บาท
 5. 10,001 – 20,000 บาท 6. สูงกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายแสนนรงค์

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านโดยเลือกเพียงคำตอบเดียว

ระดับความพึงพอใจ	พึงพอใจมากที่สุด	=	5	คะแนน
	พึงพอใจ	=	4	คะแนน
	พึงพอใจปานกลาง	=	3	คะแนน
	พึงพอใจน้อย	=	2	คะแนน
	พึงพอใจน้อยที่สุด	=	1	คะแนน

ข้อ	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ						
1.	สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์ มีความเหมาะสมในการเดินทางมารับบริการ					
2.	ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักผู้ป่วย ห้องน้ำ ที่จอดรถ โรงอาหาร					
3.	คุณภาพและความทันสมัยของอุปกรณ์/เครื่องมือ					
4.	มีป้ายข้อความบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย					
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้						
5.	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและบริการเป็นที่น่าเชื่อถือและไว้ใจได้					
6.	ค่ายา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์มีราคาเหมาะสม					
7.	มีความสะดวกรวดเร็ว ทันตามกำหนดเวลา					
8.	เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน					
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ						
9.	เจ้าหน้าที่พยายามเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ					
10.	แพทย์และเจ้าหน้าที่ให้บริการคนไข้ได้อย่างทั่วถึง					
11.	เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจกับผู้รับบริการขณะปฏิบัติงาน					
12.	ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก					
ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้มารับบริการ						
13.	แพทย์และเจ้าหน้าที่มีการตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด					
14.	แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ ให้บริการอย่างมืออาชีพ					
15.	แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีอยู่เสมอ					
16.	แพทย์และเจ้าหน้าที่ มีการบริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ					

ข้อ	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้มารับบริการ						
17.	แพทย์และเจ้าหน้าที่ ให้ความสนใจที่จะดูแลรักษาด้วยความเอื้ออาทรเสมอ					
18.	เจ้าหน้าที่รู้จักและสามารถจดจำผู้มารับบริการได้					
19.	สามารถติดต่อได้ง่ายเมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการนัดหมาย					
20.	มีการเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล้องรับความเห็น แบบสอบถาม เป็นต้น					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการ ที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์						
1.	ท่านมีความพึงพอใจต่อโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์					
2.	ท่านรู้สึกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลค่ายเสนาณรงค์					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไป

.....

.....

.....

.....

****ข้าพเจ้าในนามผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้****

ภาคผนวก ข

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	90.4667	148.533	.808	.967
a2	90.7333	146.202	.795	.967
a3	90.8333	142.902	.865	.967
a4	91.0667	145.720	.791	.967
b5	90.7000	146.631	.689	.969
b6	90.6000	147.559	.748	.968
b7	90.7333	150.547	.643	.969
b8	90.5667	145.151	.882	.966
c9	91.0667	150.685	.651	.969
c10	91.0333	150.516	.595	.969
c11	90.7667	147.289	.792	.967
c12	90.6667	149.333	.826	.967
d13	90.5000	150.397	.748	.968
d14	90.5667	148.530	.798	.967
d15	90.7000	149.183	.716	.968
d16	90.5000	150.190	.762	.968
e17	90.6667	150.575	.823	.968
e18	90.9667	145.482	.789	.967
e19	90.8333	144.971	.845	.967
e20	91.0000	149.586	.629	.969
s1	90.7000	148.286	.770	.968
s2	90.7333	149.306	.776	.968

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ สกุล	นางสาวนาฏสิริ ผ่องมหิษฐ์
วัน เดือน ปี เกิด	13 เมษายน 2536
สถานที่เกิด	จังหวัดสงขลา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	11/1 ถนนดำรง ตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าพนักงานพัสดุปฏิบัติงาน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	เทศบาลนครภูเก็ต
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2554 : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่