

การรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของ
ผู้ป่วยที่มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบ้านบึง
อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี

ปวีณา มั่นคง*

ดร.เบญจมาภรณ์ อิศรเดช**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้บริการ และแผนกผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ทำการศึกษาผู้ป่วยที่มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับประกัน (Assurance) และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน

*นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าเฉพาะบุคคล

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงสถานภาพในปัจจุบัน ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของประชาชนผู้มารับบริการทางด้านสุขภาพ และความสามารถของบุคลากรทางการแพทย์ที่จะตอบสนองกับความต้องการของผู้มารับการรักษาทั้งภาครัฐและเอกชนมีมากขึ้น ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมมีผลกระทบทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ทุกคนในองค์กรต้องปรับตัวให้สร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ทำให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อลูกค้าได้สัมผัส ได้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น แต่ในทางกลับกันหากลูกค้าได้รับสินค้า หรือบริการ ที่ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะไม่เกิดความพึงพอใจ และปฏิเสธที่จะใช้สินค้าและบริการนั้น ทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้ากลายเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ ลูกค้ามีสิทธิ์เลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้อ ใช้หรือไม่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น เป็นเหตุให้หน่วยงาน องค์กรและบริษัทต่าง ๆ ไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชน ต่างตื่นตัวกับการรับรู้คุณภาพของสินค้าหรือบริการของตนในมุมมองของลูกค้าส่งผลให้ภาครัฐได้ทำการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการ โดยมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้าต่าง ๆ เพื่อรักษาสิทธิ์ของผู้บริโภคไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ เช่น การนำระบบกระบวนการเพื่อลดความผิดพลาด เข้ามาใช้ในการควบคุมการบริการ การรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation: HA) เป็นต้น (หัตถยา แก้วกิม, 2554)

โรงพยาบาล (หรืออาจใช้ว่า สถานพยาบาล หรือ ศูนย์การแพทย์) เป็นสถานที่สำหรับการบริการทางด้านสุขภาพ โดยมักที่จะมุ่งเน้นทางด้าน การส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูภาวะ ความเจ็บป่วย หรือโรคต่าง ๆ ทั้งทางร่างกายและทางจิตใจ ในประเทศไทยมีการให้บริการทั้ง โรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน รวมทั้งคลินิกที่เปิดบริการโดยทั่วไป (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2558) โรงพยาบาลบ้านบึงจัดอยู่ในโรงพยาบาลชุมชน (รพช.) เป็นโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ประจำอำเภอ บ้านบึง มีขีดความสามารถระดับปฐมภูมิ (Primary Care) หรือระดับทุติยภูมิ (Secondary Care) มีจำนวนเตียง 10 - 120 เตียง โรงพยาบาลบ้านบึง จัดให้มีการรักษาประชาชนทั่วไปโดยประชาชนสามารถใช้สิทธิการรักษาพยาบาลดังนี้ มีการใช้ระบบสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการ ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าและระบบประกันสังคม (โรงพยาบาลบ้านบึง, 2558)

ในปัจจุบันเป็นยุคแห่งข่าวสารข้อมูล การติดต่อสื่อสารรวดเร็วขึ้น คุณภาพการบริการของภาคเอกชนและภาครัฐบาลต้องมีการปรับปรุงพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ สถานบริการทางการแพทย์ในภาครัฐบาลจึงได้มีการปรับปรุงให้มีการทำงานได้รวดเร็วขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ว่ามีความพึงพอใจในด้านใดบ้าง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่พอใจของผู้มารับบริการ

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้บริการ และแผนกผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ

3. สมมติฐานของการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้บริการ และแผนกผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ

4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกของผู้ป่วยที่มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบ้านบึง
2. หน่วยงานแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบ้านบึง สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาแผนกกลยุทธ์การตลาดบริการ และคุณภาพการบริการให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพให้เป็นที่ยอมรับของผู้มารับบริการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มารับบริการ

3. ใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการศึกษาการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดแผนกผู้ป่วยนอก และความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกในธุรกิจโรงพยาบาลหรือนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

5. ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ป่วยที่มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้เป็นดังนี้ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้บริการ และแผนกผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการ 2) การรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ 1) ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) ด้านการตอบสนอง/ ความรวดเร็ว (Responsiveness) ด้านการรับประกัน (Assurance) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) และด้านสิ่งที่มีมองเห็นในการบริการ (Tangibles)

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เขตพื้นที่ อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตด้านระยะเวลา เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ป่วยที่มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 23 เมษายน – 5 พฤษภาคม 2558

6. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้บริการ และแผนกผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการของโรงพยาบาลบ้านบึง คำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check List) จำนวนทั้งหมด 7 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านบุคลากร (People) 6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) 7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นประเภท Interval Scale

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) 2. ด้านการตอบสนอง/ ความรวดเร็ว (Responsiveness) 3. ด้านการรับประกัน (Assurance) 4. ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) 5. ด้านสิ่งที่มองเห็นในการบริการ (Tangibles) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นประเภท Interval Scale

7. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยที่มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 51 - 60 ปี ระดับการศึกษาประถมศึกษา อาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย/เกษตรกร มีรายได้ 6,501-12,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นระยะเวลา 1-5 ปี และใช้บริการแผนกทันตกรรมมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึงของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึงของผู้ป่วยที่มาใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับประกัน (Assurance) และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน รองลงมา

ได้แก่ ด้านสิ่งที่มองเห็นในการบริการ (Tangibles) ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) และด้านการตอบสนอง/ ความรวดเร็ว (Responsiveness) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีด้านการตอบสนอง/ ความรวดเร็ว (Responsiveness) แตกต่างกัน แต่โดยรวมและรายด้านอื่นไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และแผนกผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) แตกต่างกัน แต่โดยรวมและรายด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ ผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน ทั้งโดยรวมและรายด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า การรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ

8. อภิปรายผลการศึกษา

1. จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรวรรณ ประสมทรัพย์ (2548) ศึกษาเรื่อง การรับรู้และความพึงพอใจด้านการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเกษมราษฎร์-ประชาชื่น ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ในด้านส่วนประสมการบริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.52)

2. จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนะ เพชรสุวรรณ (2555) ศึกษาเรื่อง มิติคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ HA และ JCI ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อมิติคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ HA และ JCI ในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม มีระดับความสำคัญมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครินทร์ สุฝน (2553) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลโพ้นพิสัย อำเภอพวนพิสัย จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลโพ้นพิสัย อำเภอพวนพิสัย จังหวัดหนองคาย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรา มิ่งปรีชา (2550) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการโรงพยาบาลแพร์ ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการโรงพยาบาลแพร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญมาส พุมาพันธ์ (2547) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการ ของโรงพยาบาลตำรวจ สำนักงานแพทย์ใหญ่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลตำรวจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. จากการศึกษา พบว่า ผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีด้านการตอบสนอง/ ความรวดเร็ว (Responsiveness) แตกต่างกัน ซึ่งผู้ป่วยที่มาใช้บริการช่วงกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง ด้านการตอบสนอง/ ความรวดเร็ว (Responsiveness) มากกว่า ผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่มีช่วงกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กลุ่มอายุ 51– 60 ปี และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป สามารถอธิบายได้ว่า คนที่อายุน้อยต้องการความสะดวกและความรวดเร็วในการรับบริการมากกว่า จึงมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการมากกว่าคนที่อายุเยอะกว่า นอกจากนี้ผู้ป่วยที่มาใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ที่เคยใช้บริการในโรงพยาบาลอื่น และแผนกผู้ป่วยนอกที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) แตกต่างกัน ซึ่ง Parasuraman และคณะ (1991) กล่าวว่า ความเชื่อถือได้ (reliability) คือ ความสามารถที่จะให้บริการตามคำมั่นด้วยความถูกต้อง สอดคล้องกับแนวคิดของจิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543: 54) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการ เป็นการรักษาคำมั่นสัญญาขององค์กรบริการ ลูกค้าย่อมจะคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะกระทำในสิ่งที่องค์กรได้แสดงเจตจำนงหรือคำมั่นสัญญาไว้ หากองค์กรบริการหรือผู้ให้บริการไม่รักษาสัญญา หรือไม่เห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญคุณภาพการบริการก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543: 54) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการจะถูกกำหนดโดยลูกค้ำหรือผู้รับบริการ ลูกค้ำจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจว่าอะไรเป็นสิ่งที่เรียกว่าคุณภาพจากสิ่งที่ลูกค้ำคิดว่าสำคัญและไม่สำคัญ ในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น คุณภาพบริการจะมีลักษณะอย่างไรและตรงจุดใดจึงเรียกว่าคุณภาพนั้นอยู่ที่ลูกค้ำเป็นผู้กำหนดขึ้นซึ่งลูกค้ำอาจจะมองคุณภาพบริการในแต่ละตอนแต่ละเหตุการณ์แตกต่างกันไปได้

9. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษา การรับรู้ปัจจัยส่วนผสมการตลาดและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของผู้ป่วยที่มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาลบ้านบึง อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี

พบว่า ควรพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้ามาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาลบ้านบึง ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุดในเรื่องความสะดวกของสถานที่รอรับบริการ ดังนั้น ควรจัดสถานที่รอรับบริการให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด เพื่อสะดวกต่อผู้มารับบริการ

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุดในเรื่องการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นให้ผู้รับบริการทราบอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ควรทำการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายภายในแผนกผู้ป่วยนอกให้ทราบข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง และควรทำใบปลิวเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ณ ตอนนั้น แจกแก่ผู้มารับบริการ

3. ด้านบุคลากร พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุดในเรื่องเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ดังนั้น ควรมีการอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความพร้อมและความรู้ครบถ้วน เพื่อจะได้ให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการได้ทันเวลาที่

4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุดในเรื่องสถานที่ให้บริการมีการถ่ายเทอากาศที่ดี ดังนั้น ควรจัดสถานที่ให้มีอากาศถ่ายเท ไม่แออัด และจัดที่นั่งรอรับบริการให้เหมาะสมแก่ผู้มารับบริการ

5. ด้านความเชื่อถือได้ พบว่า มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการมากที่สุดในเรื่องข้อมูลประวัติการเจ็บป่วยของท่านได้รับการบันทึกอย่างถูกต้อง และเจ้าหน้าที่คิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการตรวจรักษาอย่างถูกต้อง และด้านการตอบสนอง/ ความรวดเร็ว (Responsiveness) พบว่า มีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการมากที่สุดในเรื่องขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว ดังนั้น โรงพยาบาลควรรักษามาตรฐานเหล่านี้ไว้ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มารับบริการ

10. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยสำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือแนะนำอย่างดียิ่งในการให้คำปรึกษาจาก ดร.เบญจมาภรณ์ อิศรเดช อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าเฉพาะบุคคลที่กรุณาแนะนำ เสนอแนะ ตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). *จิตวิทยาการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรรรณ ประสมทรัพย์. (2548). *การรับรู้และความพึงพอใจด้านการบริการ แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเกษมราษฎร์-ประชาชื่น (ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ธัญมาส พุมาพันธ์. (2547). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ต่อคุณภาพบริการ ของโรงพยาบาลตำรวจ สำนักงานแพทย์ใหญ่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วัฒน์ เพชรสุวรรณ. (2555). *มิติคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ HA และ JCI ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- สุภัทรา มิ่งปรีชา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการโรงพยาบาลแพร์ (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต)*. อุตรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- หัตยา แก้วกิม. (2554). *ความคาดหวังและการรับรู้ของประชาชนต่อคุณภาพบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จังหวัดนครศรีธรรมราช (วิทยานิพนธ์ สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อักรินทร์ สุฝน. (2553). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการผู้ป่วยนอกโรงพยาบาล โพนพิสัย อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย (วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- โรงพยาบาลบ้านบึง. (2558). *ข้อมูลโรงพยาบาลบ้านบึง*. สืบค้นเมื่อ 21 เมษายน 2558, จาก <http://www.banbunghospital.com/>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558). *โรงพยาบาลในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2558, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/โรงพยาบาลในประเทศไทย>