

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา

เอกประภุ เอกะสิงห์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ เอกประภู เอกะสิงห์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

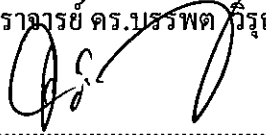


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)


คณะกรรมการสอบปากเปล่า



.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)



.....กรรมการ
(ดร.สาธิต ปิติวรา)



.....กรรมการ
(ดร.ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ โลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....๑.....เดือน มิถุนายน..... พ.ศ. 2559

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิคุณราช อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่และมีความหวังใจเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ประธานกรรมการสอบงานนิพนธ์ และ กรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะให้งานนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และกราบขอบพระคุณคณาจารย์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์ การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง

สุดท้ายนี้ ขอรำลึกพระคุณของ บิดา มารดา ผู้เป็นที่รักและมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ ที่ให้กำเนิด ให้สติปัญญา ให้ความรักและความหวังใจ และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัยด้วยความกรุณาเสมอมา ขอขอบคุณพี่น้องและบุคคลในครอบครัวทุกท่าน และกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จนงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ทำการวิจัยขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

เอกประภุ เอกะสิงห์

56710202: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร; บช.ม. (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps/ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ/

ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์/ โรงพยาบาลเมืองพัทยา

เอกประภุ เอกสิงห์: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา

(THE FACTORS AFFECTING DECISION TO USE SERVICES FROM MEUANG PATTAYA HOSPITAL) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: บรรพต วิรุณราช, Ph.D., 122 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา (2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีสาเหตุมาจากความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ท ซึ่งมีคำตอบให้เลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 5 ด้าน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านกระบวนการให้บริการมีผลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพของบุคลากร ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการขายตามลำดับ

2. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 4 ด้าน ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านการตัดสินใจใช้บริการมีผลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ และด้านการประเมินทางเลือก ตามลำดับ

56710202 : MAJOR : BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVES; MBA
(BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVES)

KEYWORDS : MARKETING MIX 6 P's/ DECISION MAKING PROCESS/
SATISFACTION TOWARDS MEDICAL SERVICES/ MEUANG PATTAYA HOSPITAL.

EKPRAPU EKASINGH : THE FACTORS AFFECTING DECISION TO USE
SERVICES FROM MEUANG PATTAYA HOSPITAL. THESIS ADVISOR: PH.D. BANPHOT
WIRUNRAT, Ph.D., 122 pages, 2015.

The present study aims (1) to examine the effect of the marketing mix on the satisfaction to receive services from Meuang Pattaya Hospital, and (2) to investigate the decision making process to use the services from Meuang Pattaya Hospital in accordance with the satisfaction towards medical services. Sample group included 400 service users of Meuang Pattaya Hospital. Statistics used to analyze data was Multiple Linear Regression Analysis: MRA. A questionnaire, an instrument of the study, is about marketing mix 6 P's, decision making process to use services, and satisfaction to receive the medical services. It utilized Likert-five-rating scale which included very high, high, moderate, low, and very low.

The findings showed that

1. Five marketing mix factors were found the effects on satisfaction to receive medical services from Meuang Pattaya Hospital at the significance level of 0.05. The most influential effects were found from process of servicing, qualified personnel, cost, physical characteristics, and promotion respectively.
2. Four aspects of decision making process were found the effects on satisfaction to receive medical services from Meuang Pattaya Hospital at the significance level of 0.05. The most influential factors were decision to receive services, awareness of needs, after sale services, and evaluation for alternatives respectively.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps.....	10
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ.....	15
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา.....	39
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน.....	74
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	84
สรุปผลการวิจัย.....	84
อภิปรายผลการวิจัย.....	86
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	91
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	91
บรรณานุกรม.....	92
ภาคผนวก.....	96
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	97
ภาคผนวก ข แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC).....	105
ภาคผนวก ค อักษรวิสุทธิ.....	118
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	122

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ.....	32
3-2 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient)	34
4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล.....	40
4-2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ของผู้ตอบแบบสอบถามภาพรวม.....	43
4-3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านผลิตภัณฑ์.....	45
4-4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านราคา.....	47
4-5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านการส่งเสริมการขาย.....	49
4-6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านกระบวนการให้บริการ.....	51
4-7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านคุณภาพของบุคลากร.....	53
4-8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	55
4-9 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกใช้ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถามภาพรวม.....	57
4-10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ตอบ แบบสอบถามภาพรวม.....	61
4-11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจ ต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ.....	65
4-13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่ออรรถยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ.....	67
4-14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ.....	69
4-15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ.....	71
4-16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ.....	73
4-17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps กับ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา.....	76
4-18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps กับ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา.....	77
4-19 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทดสอบหาปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-20	ผลการวิเคราะห์การถอดยพหุคูณ ทดสอบหาปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจ เลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ ในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา..... 81
4-21	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา..... 83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2-1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	16
3-1 การกำหนดช่วงแปรผลแบบช่วงไม่เท่ากัน.....	28

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา มีทิศทางในการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น ระบบบริการสุขภาพเป็นระบบหนึ่งที่ถูกหยิบยกขึ้นมาพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนด้วยกัน ผู้ที่มีบทบาทที่สำคัญในการช่วยสนับสนุนคือรัฐบาล แต่ปัญหาหรืออุปสรรคที่มักเกิดขึ้นกับการพัฒนาระบบนี้ส่วนหนึ่งมาจากประชาชน ผู้ซึ่งยังมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้แรงงานเมื่อยามเจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุต่าง ๆ อันเป็นเหตุให้ต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่เกิดขึ้นเขาไม่สามารถที่จะช่วยเหลือตัวเองได้ทั้งหมดและในขณะนี้ประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยมีทิศทางในการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ให้ประชาชนมีสุขภาพ พลานามัยที่แข็งแรงและมีคุณภาพเพื่อเป็นฐานในการพัฒนาประเทศในขั้นพื้นฐาน ซึ่งระบบบริการสุขภาพเป็นระบบหนึ่งที่ถูกหยิบยกมาเพื่อการพัฒนาด้านบุคลากร จากการจัดการบริการสุขภาพให้ทั่วถึงทั้งประเทศและส่งเสริมให้มีหลักประกันสุขภาพ โครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ซึ่งส่งผลต่อปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของประชาชนทั้งในด้านบวกและด้านลบ กล่าวคือ ในด้านบวกนั้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจทำให้คนมีรายได้สูงขึ้น การศึกษาสูงขึ้น และทำให้ปัจจุบันประชาชนให้ความสำคัญในด้านสุขภาพของตนเองมากขึ้น ส่งผลต่อความต้องการทางด้านการแพทย์และสาธารณสุขมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ส่วนผลกระทบในด้านลบ คือการขยายตัวทางเศรษฐกิจก่อให้เกิดปัญหาทางด้านมลพิษแก่สิ่งแวดล้อม และกระทบต่อสุขภาพ พลานามัยต่อประชาชนทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ทำให้บุคคลมีโอกาเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนทุกคนต้องเผชิญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังนั้น ความต้องการที่จะเข้ารับการรักษาอาการเจ็บป่วยจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ในการรักษาพยาบาลดังกล่าวมีสถานบริการสาธารณสุขอยู่หลายรูปแบบ โรงพยาบาลของรัฐ นับเป็นทางเลือกหนึ่งในการรักษาสุขภาพที่มีความสำคัญและกระจายอยู่ทั่วไปในทุกจังหวัดเพื่อให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงบริการสาธารณสุขอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งผู้ที่เข้ารับการรักษามีความหวังที่จะบรรเทาหรือหายจากอาการเจ็บป่วยที่เป็นอยู่เป็นสำคัญ ทั้งนี้ โรงพยาบาลของรัฐแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. โรงพยาบาลมหาวิทยาลัย คือ โรงพยาบาลที่นอกเหนือจากการให้บริการรักษาพยาบาลแก่ประชาชนแล้วยังผลิตแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่การแพทย์ด้านอื่น ๆ อีกด้วย โรงพยาบาลประเภทนี้เป็นของมหาวิทยาลัยและอยู่ภายใต้การบริหารงานของทบวงมหาวิทยาลัย มีแพทย์ผู้ชำนาญการสาขาต่าง ๆ และเจ้าหน้าที่ทรงคุณวุฒิประจำมากกว่าโรงพยาบาลประเภทอื่น ๆ
2. โรงพยาบาลศูนย์ คือ โรงพยาบาลที่มีขนาดตั้งแต่ 500-1,000 เตียง มีผู้อำนวยการโรงพยาบาลเป็นแพทย์ระดับ 8 มีแพทย์ผู้ชำนาญการทั้ง 4 สาขาใหญ่ของการแพทย์ คือ สูตินรีเวช ศัลยศาสตร์ อายุรศาสตร์ และกุมารเวชศาสตร์ นอกจากนี้ก็อาจมีแพทย์เฉพาะทางด้านอื่นที่จำเป็นอีก เช่น หู ตา จมูก และศัลยกรรมกระดูก เป็นต้น
3. โรงพยาบาลทั่วไป คือ โรงพยาบาลระดับจังหวัดที่มีอยู่ทุกจังหวัดของประเทศ ขนาดตั้งแต่ 140-400 เตียง หรือไม่เกิน 500 เตียง ผู้อำนวยการโรงพยาบาลเป็นแพทย์ระดับ 7 หรือ 8 ลักษณะแพทย์ประจำทำงานคล้ายโรงพยาบาลศูนย์แต่น้อยกว่า
4. โรงพยาบาลชุมชน คือ โรงพยาบาลระดับอำเภอ มีขนาดตั้งแต่ 1-120 เตียงไม่เกิน 150 เตียง ผู้อำนวยการโรงพยาบาลเป็นแพทย์ระดับ 6-7 ไม่มีแพทย์เฉพาะทางมีแต่แพทย์เวชปฏิบัติทั่วไป

ในปัจจุบันเมืองพัทธานันมีการเติบโตขึ้นในทุก ๆ ปี และมีจำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในทุกปี เมืองพัทธานันจึงต้องมีสถานให้บริการด้านสุขภาพให้เพียงพอต่อความต้องการ และประกอบกับบริเวณเขตเมืองพัทธานันมีโรงพยาบาลชุมชนขนาด 120 เตียง ที่เป็นของรัฐเพียงแห่งเดียวรวมถึงศูนย์บริการสาธารณสุขที่มีอยู่ไม่เพียงพอ แม้ว่าจะมีโรงพยาบาลในละแวกใกล้เคียง เช่น เขตอำเภอศรีราชา ซึ่งมีศักยภาพรองรับผู้ป่วยได้ 200 เตียง และอำเภอสัตหีบ ซึ่งมีศักยภาพรองรับผู้ป่วยได้ 1,000 เตียง แต่ตั้งอยู่ไกลออกไป ยากต่อการเข้าถึง หากเปรียบเทียบปริมาณประชากรที่หน่วยบริการของรัฐต้องรับผิดชอบ ซึ่งอาจมีมากกว่า 500,000 คน นักท่องเที่ยวกว่าปีละ 5 ล้านคน เมืองพัทธานันจำเป็นต้องมีหน่วยบริการทุติยภูมิหรือตติยภูมิ ที่มีจำนวนเตียงรวมทั้งสิ้นประมาณ 500 เตียง เพื่อให้บริการและลดภาระค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการรักษาพยาบาลเอกชน

เมืองพัทธานันได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวและตระหนักถึงความจำเป็นในการดูแลรับผิดชอบสุขภาพของประชาชนที่อาศัยในเขตเมืองพัทธานันอย่างเพียงพอ เมืองพัทธานันจึงได้ดำเนินการก่อสร้าง “ โรงพยาบาลเมืองพัทธานัน ” เมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2551 เพื่อให้เป็นโรงพยาบาลของรัฐที่มีมาตรฐานในการให้บริการประชาชนด้านการแพทย์และด้านการพัฒนาสุขภาพอนามัย ในลักษณะที่เป็นการให้บริการสาธารณะเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่เพียงพอในการให้บริการด้านการรักษา การป้องกันและดูแลสุขภาพ โดยโรงพยาบาลเมืองพัทธานันได้จัดสร้างขึ้น

บริเวณศูนย์บริการสาธารณสุข เมืองพัทยา โดยใช้พื้นที่ด้านข้างของบริเวณดังกล่าว บนเนื้อที่ในการก่อสร้างทั้งหมด 6,788 ตารางเมตร แบบก่อสร้างในลักษณะตึก 5 ชั้น โดยชั้น 1 และชั้น 2 ประกอบด้วยแผนกผู้ป่วยอุบัติเหตุและฉุกเฉิน และห้องตรวจต่าง ๆ รวมถึงห้องผ่าตัด ในส่วนของชั้น 3 เป็นห้องพักผู้ป่วยชายและผู้ป่วยหญิง และชั้น 4 เป็นห้องผู้ป่วยพิเศษ ซึ่งรวมแล้วจะสามารถรองรับผู้ป่วยได้เบื้องต้น 110 เตียง และมีห้องพิเศษ 22 ห้อง โดยในส่วนของชั้น 5 จะเป็นห้องประชุม และสำนักงานบริการของโรงพยาบาล โรงพยาบาลเปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ. 2556 เป็นการทดลองเปิดให้บริการและจะเปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อ วันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2558 ปัจจุบันผู้ป่วยที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาเฉลี่ยวันละ 100-200 คน

ทั้งนี้เพื่อศึกษาภาพในการให้บริการประชาชนอย่างทั่วถึงและครอบคลุมในการดูแลสุขภาพของประชาชนและนักท่องเที่ยว ทางโรงพยาบาลเมืองพัทยาได้มีการเปิดแผนกต่าง ๆ เพื่อรองรับการรักษาจำนวนทั้งสิ้น 11 แผนกดังต่อไปนี้

1. แผนกรังสีวิทยา
2. แผนกทันตกรรม
3. แผนกจักษุวิทยา
4. แผนกกายภาพบำบัด
5. แผนกชันสูตร
6. แผนกผู้ป่วยใน
7. แผนกผู้ป่วยนอก
8. แผนกอุบัติเหตุฉุกเฉิน
9. แผนกผู้ป่วยพิเศษ
10. แผนกผู้ป่วยวิกฤต (ICU)
11. แผนกเด็กแรกเกิด

โดยทั้ง 11 แผนกข้างต้น ได้จัดเตรียมเครื่องมือที่ทันสมัยพร้อมทั้งบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางเพื่อเตรียมพร้อมในการบริการแก่ประชาชนรวมถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพเต็มที่ และเมื่อโรงพยาบาลได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการได้มีแผนกเพิ่มขึ้น 1 แผนก คือ แผนกกระดูกและข้อ โดยมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเข้ามาให้บริการรักษาผู้ป่วย

อย่างไรก็ตาม โรงพยาบาลเมืองพัทยานั้นเป็นโรงพยาบาลรัฐแห่งใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวขึ้น และมีคุณภาพเทียบเคียงโรงพยาบาลเอกชน มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าโรงพยาบาลเมืองพัทยาน่าสนใจที่จะศึกษาอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา ” เพื่อนำข้อมูลไปเสนอผู้บริหาร

เมืองพัทยาและผู้อำนวยการแห่งโรงพยาบาลเมืองพัทยา เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาและ
ประยุกต์ใช้ในการบริหารโรงพยาบาลเมืองพัทยาได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

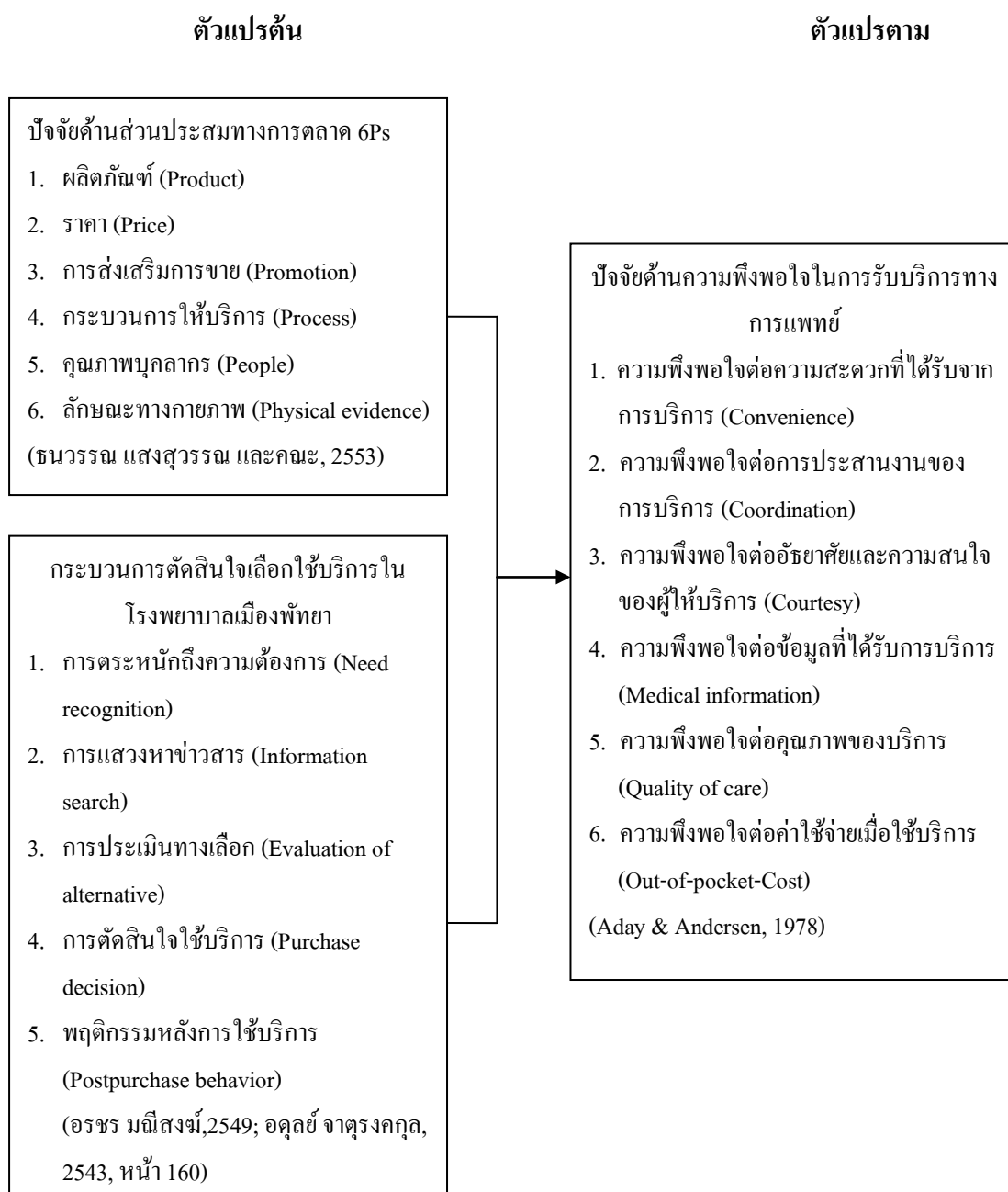
1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับ
บริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีสาเหตุ
มาจากความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ
ในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา
2. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยามีความสัมพันธ์
เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการทำวิจัยไว้ดังนี้



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบายของทางโรงพยาบาลและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่เกี่ยวกับการบริการให้ดีขึ้น
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการให้บริการของโรงพยาบาล ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และผลการศึกษานำมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงพยาบาล
3. เพื่อนำผลที่ได้ไปเสนอผู้บริหารโรงพยาบาลและนำให้ผู้บริหารนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาการให้บริการและการวางแผนสนับสนุนระบบบริหาร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา ”

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาใช้เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 7Ps แต่เนื่องจากโรงพยาบาลเมืองพัทยารับเฉพาะผู้ที่เดินเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์เท่านั้น ไม่มีการตั้งศูนย์ให้บริการทางการแพทย์ภายนอกโรงพยาบาล ดังนั้นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจึงไม่มีในแบบสอบถาม จาก 7Ps จึงเหลือเพียง 6Ps และ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาและปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

- 1.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps
 - 1.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)
 - 1.1.2 ราคา (Price)
 - 1.1.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion)
 - 1.1.4 กระบวนการให้บริการ (Process)
 - 1.1.5 คุณภาพบุคลากร (People)
 - 1.1.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)
- 1.2 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา
 - 1.2.1 การตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition)
 - 1.2.2 การแสวงหาข่าวสาร (Information search)
 - 1.2.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative)
 - 1.2.4 การตัดสินใจใช้บริการ (Purchase decision)
 - 1.2.5 พฤติกรรมหลังการให้บริการ (Post purchase behavior)

1.3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

- 1.3.1 ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience)
- 1.3.2 ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination)
- 1.3.3 ความพึงพอใจต่ออภัยและความสะดวกและความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy)
- 1.3.4 ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Medical information)
- 1.3.5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ (Quality of care)
- 1.3.6 ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out-of-pocket-cost)

2. ขอบเขตด้านประชากร

- 2.1 ประชากร คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา
- 2.2 ตัวแปรต้นที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา ซึ่งประกอบด้วย 6 ปัจจัยได้แก่

- 2.2.1 เพศ (Gender)
- 2.2.2 อายุ (Age)
- 2.2.3 สถานภาพ (Status)
- 2.2.4 ระดับการศึกษา (Education)
- 2.2.5 อาชีพ (Occupation)
- 2.2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2558 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2558 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

โรงพยาบาล หมายถึง “ เป็นองค์การที่ดำเนินงานด้านการแพทย์ทั้งในสถานที่ตั้งของโรงพยาบาลและในชุมชน โดยมีหน้าที่ทั่วไปในการรักษาพยาบาล การพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน การบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อม พัฒนาบุคลากรและการวิจัยด้านการแพทย์และสาธารณสุข และมีค่านิยมทั่วไปที่เน้นการให้บริการที่มีคุณธรรม มีคุณภาพ และให้ผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง โดยงานของโรงพยาบาลจำแนกเป็นงานบริการ งานสนับสนุนงานบริการ งานพัฒนา และงานบริหารโรงพยาบาล และในที่นี้หมายถึง โรงพยาบาลเมืองพัทยา ”

การรักษาพยาบาล หมายถึง “ การรักษาคนไข้ที่รู้สึกไม่สบายเพราะความเจ็บไข้ เจ็บป่วย รวมถึงความบกพร่องหรือผิดปกติทางจิต ซึ่งจะเป็นผู้ป่วยภายในหรือผู้ป่วยภายนอกก็ได้ ”

ผู้ป่วยใน หมายถึง “ ผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเมืองพัทยาและต้องพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ”

ผู้ป่วยนอก หมายถึง “ ผู้เข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเมืองพัทยาและไม่ได้พักค้างในโรงพยาบาล(ตรวจ-รับยา แล้วให้กลับบ้าน ได้) ”

ค่ารักษาพยาบาล หมายถึง “ เงินที่โรงพยาบาลเรียกเก็บในการรักษาพยาบาล ต่อไปนี้ ค่ายา ค่าเลือด และส่วนประกอบของเลือดหรือสารทดแทน ค่าน้ำเกลือ หรืออาหารทางเส้นเลือด ค่าออกซิเจน และอื่น ๆ ทำนองเดียวกันที่ใช้ในการบำบัดรักษาโรคค่าบริการทางการแพทย์ ค่าตรวจ ค่าวิเคราะห์โรค แต่ไม่รวมถึงค่าจ้างผู้พยาบาลพิเศษค่าธรรมเนียมพิเศษ และค่าบริการอื่นทำนองเดียวกันที่มีลักษณะเป็นเงินตอบแทนพิเศษค่าห้อง และค่าอาหารตลอดเวลาที่เข้ารับการรักษาพยาบาล ”

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง “ สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้ หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ในที่นี้จะหมายถึง ยารักษาโรคและบริการจากทางโรงพยาบาล ”

ราคา (Price) หมายถึง “ จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่าย ในที่นี้จะหมายถึง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในโรงพยาบาล ”

การส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง “ เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ”

กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง “ ขั้นตอนในการเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลเมืองพัทยา ”

คุณภาพบุคลากร (People) หมายถึง “ ผู้ให้บริการที่อยู่ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ได้แก่ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ทางการเงิน เป็นต้น ”

ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง “ เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้บริการ ได้แก่ ด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการควรได้รับ เป็นต้น ”

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา หมายถึง “ กระบวนการตัดสินใจที่จะเข้ารับบริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ”

การตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) หมายถึง “ ความต้องการทางบริการทางการแพทย์ของผู้ป่วย เมื่อคนเราเจ็บป่วยก็จะต้องการการรักษาให้หายเจ็บป่วย ”

การแสวงหาข่าวสาร (Information search) หมายถึง “ การแสวงหาข้อมูลในการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเมืองพัทยา ”

การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) หมายถึง “ การประเมินทางเลือกระหว่างโรงพยาบาลเมืองพัทยากับโรงพยาบาลใดโรงพยาบาลหนึ่งเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ ”

การตัดสินใจใช้บริการ (Purchase decision) หมายถึง “ การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลเมืองพัทยา ”

พฤติกรรมหลังการใช้บริการ (Post purchase behavior) หมายถึง “ พฤติกรรมหลังการเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลเมืองพัทยา ”

ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) หมายถึง “ การใช้เวลารอคอยในสถานบริการและการได้รับการดูแลรักษาเมื่อมีความต้องการ ”

ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination) หมายถึง “ การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย, แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย ได้แก่ ด้านร่างกายและด้านจิตใจ และแพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา ”

ความพึงพอใจต่ออัธยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) หมายถึง “ การแสดงอัธยาศัยทำทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย ”

ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ (Medical information) หมายถึง “ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วย และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาผู้ป่วย เช่น การปฏิบัติตนของผู้ป่วย เช่น การปฏิบัติตนของผู้ป่วย การใช้ยาของผู้ป่วย ”

ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of care) หมายถึง “ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับทรศนะของผู้ป่วยที่มีต่อบริการของสถานพยาบาล ”

ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out-of-pocket-cost) หมายถึง “ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาความเจ็บป่วย ”

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา ”
ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps
2. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps

ส่วนประสมการตลาดบริการ (6Ps) (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2553) อธิบายว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing mix 6Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการขาย (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยด้านคุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and presentation) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกันและเท่าเทียมกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่าเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected product) หรือเกินความคาดหวัง (Augmented product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้าบริการความคิด สถานที่องค์กร หรือบุคคล

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนของสินค้าที่ลูกค้าต้องการสินค้าต้องจ่ายกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ การกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าว่า ต้องการกำไร ต้องการขยายส่วนครองตลาด ต้องการต่อสู้กับคู่แข่งหรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับ

การยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่ง ได้รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรมซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารทางการตลาดให้แน่ใจว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอ โดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิดคือ

3.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดีที่สุดแต่มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด

3.2 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึง ผู้บริโภคกลุ่มใหญ่เหมาะกับสินค้าที่ต้องการตลาดกว้าง

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า

3.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) เป็นกิจกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์การให้บริการแก่สังคม เพื่อเสริมภาพพจน์ หรือชดเชย เบี่ยงเบน ความรู้สึกของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์

4. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่าง

5. ปัจจัยด้านคุณภาพบุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ทั้งหมดซึ่งหมายถึงทั้งลูกค้า บุคลากรที่จำหน่าย และบุคคลที่ให้บริการหลังการขาย บุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องคัดเลือกให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

6. ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่งการแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์หรือคุณค่าของบริการที่ส่งมอบและที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (6Ps) หมายถึง แนวคิดเกี่ยวข้องกับธุรกิจ การให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ (6Ps) ในการกำหนด

กลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วยปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), การส่งเสริมการตลาด (Promotion), บุคลากร (People), กระบวนการ (Process), คุณภาพการบริการผ่านเหตุการณ์ทางกายภาพ (Physical evidence)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539) กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งบริษัทหรือองค์กรประยุกต์ใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

สุชีรา ธรรมบันดาลสุข (2549) ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งองค์กรจะใช้ร่วมกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายโดยอาศัยเครื่องมือในการดำเนินการ

อภิสิทธิ์ นัทรทนานนท์ และจิรเสกข์ ศรีเมธสุนทร (2549) ให้ความหมายเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ กลุ่มของเครื่องมือซึ่งองค์กรใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น ในภาพรวมส่วนประสมทางการตลาดจึงหมายถึงกิจกรรมทางการตลาดที่องค์กร จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดสามารถช่วยให้องค์กรจัดวางกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม นับแต่ผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยจัดให้มีความแตกต่างตรงใจ จัดกลยุทธ์ด้านราคา เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน จัดสถานที่เพื่อให้เหมาะสม สอดคล้องในการเข้าถึงได้ง่าย จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจหรือสื่อสารกิจกรรมต่าง ๆ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้มากที่สุด จัดกระบวนการ ทำงานให้เกิดความสะดวกสบายและรวดเร็ว จัดบริการด้านบุคลากรให้มีความพร้อมที่จะบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้รับบริการตลอดจนจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยทุกส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นเครื่องมือในการสร้างกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยมุ่งเน้นให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด จนเกิดการใช้บริการซ้ำหรือบอกต่ออันจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนลักษณะของส่วนประสมทางการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นเครื่องมือพื้นฐานของส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งอาจจะหมายถึงสินค้าหรือบริการก็ได้ ซึ่งรูปแบบความหลากหลายคุณลักษณะ ตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงบริการต่าง ๆ ที่เสนอรวมไปกับสินค้า เช่น การขนส่ง การฝึกอบรม และการซ่อมแซมดูแล เป็นต้น

บุคลากร (People) เนื่องจากในธุรกิจบริการนั้น บุคลากรผู้ให้บริการจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการส่งมอบงานบริการให้แก่ลูกค้าจนกระทั่งมีคำกล่าวว่าผู้ให้บริการคืองานบริการ 40 (The provider is service) เช่น ในการบริการทางการแพทย์ ทัศนศึกษาหรือการสอน เป็นต้น

ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญที่จะคัดเลือกคนมาร่วมในองค์กร การอบรมพัฒนา การสร้างแรงจูงใจ ให้แก่พนักงานผู้ให้บริการเพื่อที่จะได้ส่งมอบงานบริหารที่มีคุณภาพตามที่ได้สัญญาไว้ให้แก่ลูกค้า ธุรกิจต้องมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างให้เกิดวัฒนธรรมองค์กร และคุณค่ารวมขององค์กรในการให้บริการที่ดีต่อลูกค้าการทำงานอย่างสม่ำเสมอถือเป็นเรื่องที่สำคัญของธุรกิจบริการด้วย

กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการ ระบบและความราบรื่นของกิจกรรมในการบริการ เป็นอีกปัจจัยที่ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญ ทั้งนี้เพราะส่งผลต่อคุณภาพของงานบริการ

ราคา (Price) นับเป็นเครื่องมือที่สำคัญเพราะเป็นส่วนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการซื้อ สินค้า นั้น การตั้งราคาจะขึ้นกับวัตถุประสงค์ทางบริษัท ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้เป็น 6 อย่างคือการตั้ง ราคาเพื่อความอยู่รอดเพื่อให้ได้กำไรมากที่สุด เพื่อให้ได้รายได้มากที่สุดเพื่อให้ได้อัตราการเติบโตมากที่สุดเพื่อตลาดบนเท่านั้น หรือเพื่อเป็นผู้นำในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นต้น นโยบายในการตั้งราคาเริ่มต้นด้วยการเลือกวัตถุประสงค์จากนั้นให้กำหนดอุปทานของตลาดแล้วให้มีการประมาณการต้นทุนสินค้าหรือบริการ ให้วิเคราะห์ต้นทุน ราคาและข้อเสนอของกลุ่มคู่แข่งเพื่อมาเปรียบเทียบแล้วความต้องการเลือกวิธีการตั้งสินค้าแล้วกำหนดราคาสินค้าเพื่อเสนอต่อตลาดเป้าหมาย

การส่งเสริม (Promotion) จะรวมทุกกิจกรรมของบริษัทที่ทำให้เพื่อสื่อสารและส่งเสริมการขายสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถใช้ส่วนประสมทางการส่งเสริม (Promotion mix 4I หรือ Marketing communication mix) คือ การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การใช้ทีมขาย การ ประชาสัมพันธ์และการใช้การขายตรงของแต่ละกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ใน Promotion mix ที่เลือกใช้ต้องเสริมซึ่งกันและกัน และต้องบูรณาการให้เป็นไปตามที่ได้วางตำแหน่งของสินค้าไว้ ซึ่งในปัจจุบันนี้มีการใช้ On-line marketing กันมากขึ้น สืบเนื่องจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริหารการตลาดจึงต้องให้ความสนใจในสิ่งดังกล่าวนี้ด้วยเพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น

หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence) เป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของงาน บริการ ที่ลูกค้าเห็น จับต้อง หรือรู้สึกได้ เช่น สถานที่ตั้งทั้งภายนอก ภายในและสภาพแวดล้อมข้างเคียง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ องค์กรประกอบต่าง ๆ ที่จับต้องได้ อาทิ แผ่นพับ นามบัตร รายงาน เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อคุณภาพของงานบริการ ดังนั้น ธุรกิจบริการจึงต้องมีความสนใจในหลักฐานทางกายภาพต่าง ๆ เหล่านี้ให้สอดคล้องกับการวางตำแหน่งของงานบริการ ที่ วางไว้ปัจจัยทางกายภาพทั้งหมดนี้ต้องได้รับการออกแบบที่สอดคล้องกันทั้งแสง สี สัน เสียงและรูปแบบความทันสมัยให้เหมาะสมกับตำแหน่งขององค์กรที่วางไว้จึงช่วยสร้างความรู้สึก

ประทับใจ จากสิ่งภายนอกนี้ประกอบกับการให้บริการที่ดีของพนักงาน จะช่วยสร้างให้เกิดภาพลักษณ์องค์กร ที่ดีภายในจิตใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้และเมื่อลูกค้ามีความประทับใจ จะช่วยบอกต่อไปยัง เพื่อนหรือผู้ใกล้ชิดอีกด้วย ประเภทของสวนประสมทางการตลาด สามารถแบ่งได้เป็น 6 ด้าน คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
4. กระบวนการให้บริการ (Process)
5. บุคลากร (People)
6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence)

โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้ประยุกต์ส่วนประสมทางการตลาดเป็น 6P สำหรับการให้บริการโรงพยาบาล ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการบริการทางการแพทย์โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือและ อุปกรณ์ทางการแพทย์ คุณภาพของยาและเวชภัณฑ์ ตลอดจนบริการที่หลากหลายของโรงพยาบาล เช่น การบริการทันตกรรม เป็นต้น
2. ด้านบุคลากร (People) สามารถแยกส่วนงานบริการในโรงพยาบาลเพื่อทำการศึกษาด้านการตรวจรักษาและการแสดงออกของแพทย์ต่อผู้ป่วย การให้คำแนะนำในการใช้ยาโดยเภสัชกร การให้คำแนะนำดูแลเอาใจใส่ด้วยอริยาไศยที่ดีของพยาบาลและการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่และบุคลากรที่เกี่ยวข้องต่อคนไข้
3. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ในงานบริการของโรงพยาบาลถึงความรวดเร็วในด้านต่าง ๆ เช่น ความรวดเร็วในการได้พบแพทย์ การได้รับ ยาหรือเวชภัณฑ์ การตรวจสอบสิทธิประกันสังคม ขั้นตอนต่อเนื่องในการรักษาการติดตาม ผลการรักษาของแพทย์หรือโรงพยาบาล ตลอดจนการรับฟังปัญหาของผู้ประกันตนในการได้รับ บริการที่ไม่เหมาะสมด้วยการตั้งศูนย์ร้องทุกข์
4. ด้านราคา (Price) การพิจารณาถึงความคุ้มค่าของ สิ่งที่ได้รับหากต้องมีการจ่ายเงินเพิ่ม
5. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในงานบริการของโรงพยาบาล ส่วนประสมทางการตลาดที่ศึกษาคือ ด้านการจัดรายการพิเศษ การโฆษณา ความเชี่ยวชาญของแพทย์ และการให้ข้อมูลข่าวสารด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล
6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence) ในงานบริการของโรงพยาบาล สภาพแวดล้อมที่สามารถสัมผัสได้ เช่น ความสะอาด ความสบายของที่นั่งพักสำหรับรอพบแพทย์

ความสะดวก สะอาด และความเพียงพอของห้องน้ำสำหรับบริการผู้ป่วย ตลอดจนสภาพแวดล้อมในตัวอาคาร เช่น แสง สี เสียง กลิ่น และอุณหภูมิภายในโรงพยาบาลที่ผู้ประกันตนสัมผัสได้ โดยสรุปกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นส่วนผสม ต้องมุ่งเน้นในแง่มุมของผู้ซื้อเป็นหลัก และต้องสอดคล้องประสานเสริมกันเพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายพึงพอใจ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ความหมายการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision making) เป็นกระบวนการคิดโดยใช้เหตุผลในการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากหลายทางเลือกที่มีอยู่เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด และตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด (ลฎาภา พูลเกษม, 2550, หน้า 8)

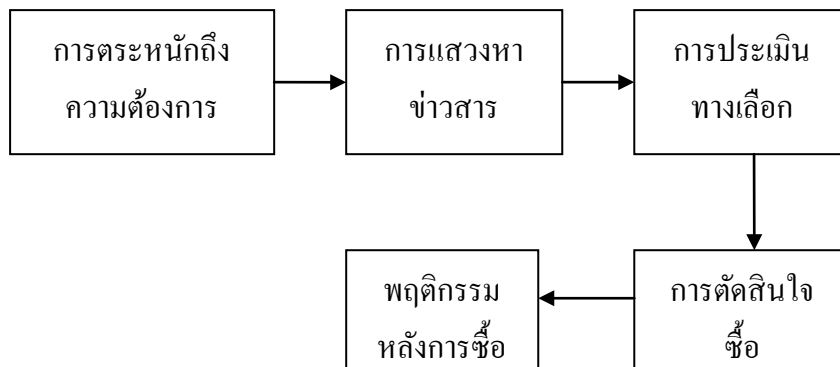
โดยมีผู้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552, หน้า 157) กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

มานิต รัตนสุวรรณ และ สมฤดี ศรีจรรยา (2554, หน้า 154) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 6 ขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การรับรู้ความต้องการและค้นหาข้อมูลที่ต้องการสินค้า ที่ต้องการเปรียบเทียบคุณภาพและราคา สุดท้ายจะเปิดทางเลือกกว่าเลือกสินค้าไหนที่ได้ตรงตาม ความต้องการจึงตัดสินใจซื้อ

Schiffman and Kanuk (1994, p. 659 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 23) กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสอง 10 ทางเลือกขึ้นไป ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อรชร มณีสงฆ์ (2550) ได้ กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 2-1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (อดุลย์ จาคูรงคกุล, 2543, หน้า 160)

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่ผู้ซื้อเป็นอยู่จริงกับสถานะที่เขาปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้น โดยตัวกระตุ้นจากภายใน (Internal stimuli) กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติ เช่น ความหิวกระหายเพศ เป็นต้น ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อน (Drive) นอกจากนั้นความต้องการอาจถูกกระตุ้นจาก ตัวกระตุ้นภายนอก (External stimuli)

2. การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information search) ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นเร้าอาจจะหรืออาจจะไม่เสาะแสวงหาข่าวสารมากขึ้น ถ้าแรงผลักดันของผู้บริโภคแข็งแกร่งและสินค้าที่จะตอบสนองอยู่ใกล้แค่เอื้อม ผู้บริโภคมักจะทำการซื้อทันที มิฉะนั้นแล้วผู้บริโภคอาจจะเก็บความต้องการตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก พฤติกรรมหลังการตัดสินใจซื้อ การต้องการนั้นไว้ในความทรงจำหรือไม่ก็ทำการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับต้องการดังกล่าว ผู้บริโภคอาจหาข่าวสารได้จากหลายแห่ง ดังนี้

2.1 แหล่งข่าวสารบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ผู้คุ้นเคย

2.2 แหล่งพาณิชย์ ได้แก่ โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย หีบห่อ

การตั้งแสดงสินค้า

2.3 แหล่งสาธารณะ ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรเพื่อผู้บริโภค

2.4 แหล่งที่เกิดจากความชำนาญ ได้แก่ การจับถือการตรวจสอบสินค้าและการใช้บริการ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) เราได้เห็นวิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งชุดของตราที่เลือกไว้เพื่อการพิจารณาตัดสินใจเป็นขั้นสุดท้าย ผู้บริโภคเลือกตราด้วยวิธีใด นักการตลาดจะต้องรู้เกี่ยวกับการประเมินค่าทางเลือก นั่นก็คือวิธีการที่

ผู้บริโภคใช้ข่าวสารเลือกตราหือ ในการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดของนักการตลาดต้องก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) ในขั้นตอนการประเมิน ผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบตราหือต่าง ๆ ในแต่ละตัวเลือกและก็จะสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยทั่วไปการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักจะทำการซื้อตราหือที่ชอบมากที่สุด แต่ทว่ามีปัจจัย 2 ประการอาจเข้ามา “ ขวาง ” ระหว่างความตั้งใจกับการตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase behavior) งานของนักการตลาดมิได้จบสิ้นลงเมื่อมีการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจและจะก่อพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไรเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คำตอบก็คือมันขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค (Consumer's expectation) กับการปฏิบัติการของสินค้า (Products perceived performance) ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะผิดหวัง ถ้าตรงกับความหมาย ผู้บริโภคจะพอใจ ถ้าดีเกินความหมายผู้บริโภคจะปลื้มปิติยินดีมาก ผู้บริโภคอิงความคาดหวังไว้กับข่าวสารที่เขาได้รับจากผู้ขายเพื่อน ๆ และแหล่งอื่น ๆ ถ้าอ้างการปฏิบัติงานของสินค้าของเขา “ เกินความเป็นจริง ” ผลก็คือ ผู้บริโภคจะไม่พอใจ

ดังนั้น ผู้ขายจะต้องซื้อสัตย์ในการเสนอข้ออ้างของสินค้าของเขา สรุปกระบวนการตัดสินใจจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งจะทำการตัดสินใจซื้อแบบมีขั้นมีขั้นตอน กล่าวคือ ผู้บริโภคต้องมีความต้องการและทำการเสาะหาข้อมูลมาประกอบการพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทาง และประเมินทางเลือกว่าจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นและนักการตลาดต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับพฤติกรรมหลังการซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด และถ้าผู้บริโภคไม่เกิดความพึงพอใจก็ต้องหาว่าเกิด จากปัญหาอะไรแล้วทำการแก้ไข เพื่อให้ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคตรงกับการปฏิบัติการของสินค้า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 32-46 อ้างถึงใน ขวัญพร ลีวัฒนานูนพงศ์ และคณะ, 2557) สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ของมนุษย์ ทั้ง 3 ประการนั้น สามารถใช้แทนกันได้ ความจำเป็นใช้สำหรับสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ความต้องการใช้สำหรับความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็น และความปรารถนาถือว่าเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุด ดังนั้น ความจำเป็นและความต้องการจะทำให้

นักการตลาดขายสินค้าได้โดยที่สินค้าและบริการเป็นสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาได้ เพราะความจำเป็นและความต้องการคือปัญหา

2. แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจ แรงจูงใจจึงเป็นความต้องการที่จะบังคับให้บุคคลหาวิธีมาตอบสนองความพึงพอใจให้กับตัวเอง โดยแรงจูงใจนั้นมีพื้นฐานมาจากความจำเป็น คือถ้าไม่จำเป็นก็จะไม่เกิดแรงจูงใจและความจำเป็นเมื่อเกิดเป็นความรุนแรงขึ้นในใจก็จะกลายเป็นค้นหาแห่งความต้องการ นักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. สภาพทางเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจการซื้อของผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคต้องเกิดความต้องการในตัวสินค้า แต่ราคาสินค้าที่แพงเกินไปจึงไม่สามารถซื้อได้ สิ่งนี้คือปัจจัยที่จะเป็นตัวช่วยกำหนดพฤติกรรม

2. ครอบครัว (Family) ครอบครัวทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ นักการตลาดต้องเป็นนักพฤติกรรมศาสตร์ในเรื่องครอบครัว คือ ต้องเข้าใจว่าครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของตัวแทนกระบวนการทางสังคม ครอบครัวจึงเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตให้กับมนุษย์

3. สังคม (Social group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมสังคม (Social values) และความเชื่อถือ (Belief) นักการตลาดต้องเป็นนักสังคมวิทยา เพื่อที่จะมองถึงอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกัน โดยเฉพาะในเรื่องของบรรทัดฐานว่าสิ่งใดที่สังคมยอมรับได้และสิ่งใดที่สังคมยอมรับไม่ได้

4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นกลุ่มค่านิยมพื้นฐาน (Basic value) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งเป็นการเรียนรู้จากการร่วมเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัววัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ นักการตลาดต้องเป็นนักมานุษยวิทยาเพื่อจะได้ทราบว่าวัฒนธรรมของแต่ละสังคมไม่เหมือนกัน

5. การติดต่อธุรกิจ (Business contacts) คือ โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้านั้น ๆ หากสินค้าใดที่ผู้บริโภคได้พบเห็นบ่อย ๆ ก็จะมี ความคุ้นเคยซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจ และมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ๆ แต่สินค้าที่ผู้บริโภคไม่รู้จักไม่ค่อยพบเห็นก็ทำให้ไม่มีความคุ้นเคยและเมื่อไม่คุ้นเคยก็ไม่มี ความไว้วางใจและไม่อยากใช้สินค้านั้น ดังนั้น ในการทำธุรกิจจึงต้องเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand contact) คือ การนำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น รู้จัก สัมผัส เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคนส่วนใหญ่ในสังคมและเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมพื้นฐาน โดยส่วนใหญ่ของบุคคลเป็นสิ่งที่ปลูกฝังโดยเริ่มต้นจากครอบครัว โรงเรียน และสังคม ดังนั้น จึงควรให้ความสนใจศึกษารายละเอียดของวัฒนธรรม เพื่อที่จะปรับปรุงสินค้าและบริการ หรือเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม

1.2 วัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมของบุคคลบางกลุ่ม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกในกลุ่มสำหรับสินค้าและบริการบางอย่างที่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่มีวัฒนธรรมย่อยเป็นของกลุ่มนั้น จำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจในวัฒนธรรมย่อยนั้นด้วย

1.3 ระดับชั้นสังคม เช่น ฐานะการศึกษา หรืออาชีพ เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การบริโภคของคนในแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างการยอมรับจากระดับชั้นในสังคมนั้น ๆ

2. ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม กลุ่มที่มีผลโดยตรง เรียกว่า สมาชิกในกลุ่ม (Membership group) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มปฐมภูมิ (Primary group) เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดและไม่เป็นทางการและกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary group) เช่น ศาสนาอาชีพ หรือสหภาพ เป็นกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือการสร้างผู้นำความคิด (Opinion leader) หรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของสินค้าและบริการซึ่งเป็นกลุ่มที่สังคมยอมรับเพื่อเป็นตัวแทนของสินค้าและบริการ

2.2 ครอบครัวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคจึงจะต้องศึกษาถึงบทบาทและความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัว พฤติกรรมการบริการของบุคคลในครอบครัว บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่ม อังอิงองค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาท และสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

3.1 อายุการที่มีอายุแตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นมักชอบใช้จ่ายเงินไปกับสิ่งแปลกใหม่ สินค้าและบริการที่เป็นแฟชั่นมากกว่าการเก็บเงินหรือนำเงินไปฝากธนาคาร

3.2 ขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัวเป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัวการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความต้องการทางด้านทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในตัวสินค้าและบริการ และพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่แตกต่างกัน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว หรือคู่สมรสหรือบุคคลที่อยู่คนเดียวเนื่องจากหย่าร้างก็จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ ซึ่งอาชีพของบุคคลแต่ละคนจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จะต้องศึกษาว่ากลุ่มบุคคลในอาชีพใดให้ความสนใจกับสินค้าและบริการใดมากที่สุด เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการที่เหมาะสม

3.4 รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ โอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจบริโภค โอกาสเหล่านี้จะประกอบด้วย รายได้การออมทรัพย์ อานาการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน จึงจำเป็นต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออม และอัตราดอกเบี้ยถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้คนมีรายได้ต่ำในส่วนของกิจการต้องปรับปรุงสินค้าและบริการการจัดจำหน่ายการตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลังลง รวมไปถึงวิธีการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

3.5 การศึกษาผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 รูปแบบการดำรงชีวิตโดยการแสดงออกในรูปแบบของ AIOs คือ กิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรมชั้นของสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล ในทางการตลาดเชื่อว่าการเลือกบริโภคสินค้าของบุคคลขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิต

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา

การเลือกบริโภคของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ถือเป็นปัจจัยภายในของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการปัจจัยภายในประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ เป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น สิ่งกระตุ้นที่ทางการตลาดใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ความต้องการ และอารมณ์ส่วนปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้นการรับรู้ของประสาทสัมผัสทั้งห้า

4.3 การเรียนรู้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ทางการศึกษาจึงได้มีการประยุกต์แนวความคิดนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขายเพื่อทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้า และใช้บริการเป็นประจำสิ่งกระตุ้นที่จะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค

4.4 ความเชื่อและทัศนคติเป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งบางความเชื่อเป็นความเชื่อในด้านลบจึงต้องมีการ รณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อที่ผิดพลาดนั้น

4.5 บุคลิกภาพ เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ

4.6 แนวความคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตน สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้น ได้แก่ ปัจจัยด้าน วัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์ที่ผู้จำหน่ายพยายามชี้ช่องทางให้เกิดการซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

Aday and Andersen (1978) ได้กล่าวถึง การวัดความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 1970 ได้สรุปถึงปัจจัยพื้นฐาน 6 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้มารับบริการดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) ดังนี้
 - 1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ
 - 1.2 การได้รับการดูแลรักษาทันทีเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ
 - 1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Coordination) ดังนี้
 - 2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง คือ ผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย
 - 2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย ได้แก่ ด้านร่างกายและด้านจิตใจ
 - 2.3 แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา
3. ความพึงพอใจต่ออัธยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอัธยาศัยท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย

4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ (Medical information) ดังนี้
 - 4.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วย
 - 4.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาผู้ป่วย เช่น การปฏิบัติตนของผู้ป่วย เช่น การปฏิบัติตนของผู้ป่วย การใช้ยา
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับบรรณของผู้ป่วยที่มีต่อบริการของสถานพยาบาล
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out-of-pocket-cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาความเจ็บป่วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2542) ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ” ศึกษาจากโรงพยาบาลเอกชนที่ให้บริการรักษาโรคทั่วไป ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9 แห่ง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 178 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในระดับมากมี 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านการให้บริการลูกค้า ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคระดับปานกลาง มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

เจนจิรา จอมเมทา (2552) ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ” วัตถุประสงค์ คือ ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้เข้ารับบริการและปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการตลอดจนปัญหาของผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการใช้สถิติเชิงพรรณนา แล้วนำมาหาข้อมูลร้อยละเพื่อหาความถี่ จากการศึกษาได้ผลการศึกษา คือ ผู้ที่เข้ารับบริการจะเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 41-50 ปี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้อยู่ในช่วง 5001-10000 บาท ปัจจัยด้านต้นทุนด้านการเดินทางไปใช้บริการรักษาพยาบาลเป็นต้นทุนที่ผู้รับบริการคำนึงถึงมากที่สุด ส่วนด้านการบริการและอุปกรณ์ต่าง ๆ นั้น ด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเครื่องมือทางการแพทย์ เป็นส่วนที่สำคัญมากที่สุด จากการสำรวจและพบว่า ผู้ป่วยที่มารับบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลให้ความสำคัญกับปัญหาการรอนานจึงจะได้ตรวจมากที่สุด เนื่องจากแพทย์ที่มีปริมาณน้อย ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

เอี่ยมพร เกษมสุข (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสำโรง เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลสำโรง และ

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสำโรง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสุขภาพที่โรงพยาบาลสำโรง ทั้งผู้ป่วยนอกและผู้ป่วย ใน จำนวน 390 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในโรงพยาบาลสำโรง จะเป็นคุณลักษณะด้านรายได้ และผู้รับผิดชอบค่ารักษาพยาบาล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลสำโรง เป็นปัจจัยด้านบุคลากร มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

มลธิชา วังกาลิ (2553) ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลโรคผิวหนังของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลโรคผิวหนัง ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในสถานพยาบาลโรคผิวหนังของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการศึกษาจำนวนตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ แบบการวัด The summated rating scale การวิเคราะห์ ข้อมูลของผู้มาใช้บริการจะวิเคราะห์ถึงข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลโรคผิวหนังและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลโรคผิวหนัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ชั้นปีที่ 3 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลโรคผิวหนัง จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มารับบริการจะเป็นการรักษาผิว มากที่สุด และมักจะเลือกรับบริการจากสถานพยาบาลที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด โดยช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่จะทำการรักษาคือ 15.00-18.00 น. และมักเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 250-430 บาท ในส่วนสุดท้าย ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลโรคผิวหนังของผู้ไปใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งนั้น ต้องหาง่ายและเดินทางไปมาสะดวก ปัจจัยด้านราคาผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญว่า ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปนั้นต้องเหมาะสมกับการรักษาพยาบาล การบริการ และยา ปัจจัยด้านผู้ให้บริการนั้นจะให้ความสำคัญด้านความสุภาพ ความสนใจผู้ใช้บริการ และความรวดเร็ว ปัจจัยทางด้านผู้รักษาพยาบาล ให้ความสำคัญของการประสบความสำเร็จในการรักษา และสุดท้ายปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกผู้ใช้บริการให้ความสำคัญที่สุดคือเรื่องของที่จอดรถที่มีความสะดวกสบาย

วิสุทธิ เตชะธีราวัฒน์ (2553) ศึกษาเรื่อง “ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลพาน อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของประชาชน ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 377 คน ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและใช้แบบสอบถามหรือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยการใช้อัตราร้อยละ ได้ผลการศึกษาว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจด้านคุณภาพบริการสูงสุด

มนลธิชา สุขชม (2554) ศึกษาเรื่อง “ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร ” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

ธนนพภา สุวณิชฐ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ใน เขตจังหวัดชลบุรี ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน 400 คน ในเขตจังหวัดชลบุรี ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา โรงพยาบาลพญาไท ศรีราชา โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา และโรงพยาบาลเอกชล 1 โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัย การคำนวณใช้สูตรของ Yamane และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบที (t-test) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD และค่าความสัมพันธ์แบบเคอร์ เมอร์วีการวิจัยนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดโดยรวม มี ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรีโดยรวมของแต่ละด้าน พบว่า 5 ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การบริการ ราคา สถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร และกระบวนการให้บริการ ความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมของแต่ละด้าน พบว่า 2 ด้านที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ

ศศิวิมล งามจรัส (2555) ศึกษาเรื่อง “ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการแพทย์เกี่ยวกับโรคหัวใจในประเทศไทย กรณีศึกษา ผู้ป่วยชาวยุโรปและตะวันออกกลาง ” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ป่วยชาวยุโรปและตะวันออกกลางที่เดินทางเข้ามาใช้บริการในประเทศไทยเฉพาะโรคเกี่ยวกับหัวใจ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ในเรื่องจำนวนครั้งในการใช้บริการ แหล่งข้อมูลในการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพญา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพญา การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีคำนวณจากสูตรที่ใช้ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% (หรือ 0.05) ดังต่อไปนี้

ไม่ทราบประชากรและไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร หรือ $P = 0.5$

ใช้สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

กำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม

Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ .05) Z มีค่าเท่ากับ 2.58 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% (ระดับ .01)

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$= \frac{3.8416}{0.01}$$

$$= 384.16 \text{ คน}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ที่ผู้วิจัยสามารถคำนวณได้ เท่ากับ 384.16 คน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed form) ทั้งนี้ แบบสอบถามจะถูกแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีรายละเอียดจำแนก ดังนี้

1. เพศ เป็นคำถามปลายปิด (Closed form) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และใช้มาตราวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal scale) ประกอบไปด้วย เพศชาย และเพศหญิง

2. อายุ เป็นคำถามปลายปิด (Closed form) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และใช้มาตราวัดระดับนามบัญญัติ (Ordinal scale) ประกอบไปด้วย

2.1 ตั้งแต่ อายุ 15-25 ปี

2.2 มากกว่า 25-35 ปี

2.3 มากกว่า 35-45 ปี

2.4 มากกว่า 45-55 ปี

2.5 มากกว่า 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ เป็นคำถามปลายปิด (Closed form) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และใช้มาตราวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal scale) ประกอบไปด้วย โสด สมรส หย่าร้าง และอื่น ๆ

4. ระดับการศึกษา เป็นคำถามปลายปิด (Closed form) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และใช้มาตราวัดระดับนามบัญญัติ (Ordinal Scale) ประกอบไปด้วย ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ เป็นคำถามปลายปิด (Closed form) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และใช้มาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal scale) ประกอบไปด้วย รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย และอื่น ๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามปลายปิด (Closed form) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และใช้มาตรวัดระดับนามบัญญัติ (Ordinal scale) ประกอบไปด้วย

6.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท

6.2 15,001-20,000บาท

6.3 20,001-30,000บาท

6.4 30,001-40,000บาท

6.5 ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิด (Closed form) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และใช้มาตรวัดระดับอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีจำนวน 20 ข้อ ลักษณะคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ (Five point scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps จะถูกแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ข้อ

ด้านที่ 2 ด้านราคา จำนวน 3 ข้อ

ด้านที่ 3 ด้านการส่งเสริมการขาย จำนวน 3 ข้อ

ด้านที่ 4 ด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ

ด้านที่ 5 ด้านคุณภาพบุคลากร จำนวน 4 ข้อ

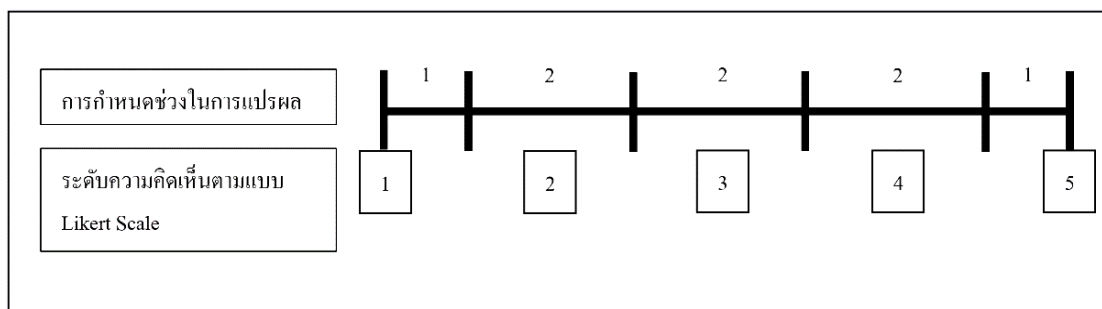
ด้านที่ 6 ด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 3 ข้อ

ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน ในแต่ละระดับความคิดเห็น ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็น สำหรับการแปรผลของค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการกำหนดเกณฑ์ช่วงแปรผลแบบช่วงไม่เท่ากัน ดังนี้

การกำหนดช่วงในการคำนวณหาพิสัย



ภาพที่ 3-1 การกำหนดช่วงแปรผลแบบช่วงไม่เท่ากัน (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2548)

การคำนวณหาค่าพิสัย

$$\begin{aligned} \text{ค่าพิสัย (Range)} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงที่ต้องการ}} \\ &= \frac{5-1}{8} \\ &= 0.50 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายช่วงระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 5.00-4.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับมากที่สุด

ช่วงที่ 2 4.49-3.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับมาก

ช่วงที่ 3 3.49-2.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับปานกลาง

ช่วงที่ 4 2.49-1.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับน้อย

ช่วงที่ 5 1.49-1.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิด (Closed form) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และใช้มาตราวัดระดับอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีจำนวน 10 ข้อ ลักษณะคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ (Five point scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

โดยกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา จะถูกแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านการตระหนักถึงความต้องการ จำนวน 2 ข้อ

ด้านที่ 2 ด้านการแสวงหาข่าวสาร จำนวน 1 ข้อ

ด้านที่ 3 ด้านการประเมินทางเลือก จำนวน 3 ข้อ

ด้านที่ 4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ จำนวน 2 ข้อ

ด้านที่ 5 ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ จำนวน 2 ข้อ

ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน ในแต่ละระดับความคิดเห็น ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็น สำหรับการแปรผลของค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการกำหนดเกณฑ์ช่วงแปรผลแบบช่วงไม่เท่ากัน

การคำนวณหาค่าพิสัย

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าพิสัย (Range)} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงที่ต้องการ}} \\
 &= \frac{5-1}{8} \\
 &= 0.50
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายช่วงระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 5.00-4.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาในระดับมากที่สุด

ช่วงที่ 2 4.49-3.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาในระดับมาก

ช่วงที่ 3 3.49-2.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาในระดับปานกลาง

ช่วงที่ 4 2.49-1.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาในระดับน้อย

ช่วงที่ 5 1.49-1.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิด (Closed form) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และใช้มาตราวัดระดับอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีจำนวน 18 ข้อ ลักษณะคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ (Five point scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน ในแต่ละระดับความคิดเห็น ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายระดับความคิดเห็น สำหรับการแปรผลของค่าเฉลี่ย (Mean) โดยการกำหนดเกณฑ์ช่วงแปรผลแบบช่วงไม่เท่ากัน

การคำนวณหาค่าพิสัย

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าพิสัย (Range)} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงที่ต้องการ}} \\
 &= \frac{5-1}{8} \\
 &= 0.50
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายช่วงระดับความคิดเห็น ได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 5.00-4.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ช่วงที่ 2 4.49-3.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ช่วงที่ 3 3.49-2.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ช่วงที่ 4 2.49-1.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ช่วงที่ 5 1.49-1.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้วิจัยจะมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น จากการศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้จากแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ไปเรียนปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการพิจารณา ตลอดจนการขอคำแนะนำ เพื่อเป็นการตรวจสอบเนื้อหา และ โครงสร้างแบบสอบถาม รวมถึงทำการปรับปรุง เพื่อให้แบบสอบถามมีความสอดคล้องกับเรื่องที่ได้ศึกษาวิจัยมากที่สุด

การคำนวณหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินให้คะแนนความเหมาะสมของเนื้อหาเป็นรายข้อ ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่

1. ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

การแปลความหมายของคะแนน (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 141)

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ตรงกับวัตถุประสงค์ ให้ 1 คะแนน

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ ให้ -1 คะแนน

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ 0 คะแนน

จากนั้น จึงนำคะแนนที่ได้มาคำนวณค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของเนื้อหา ซึ่งข้อคำถามใดที่มีค่าเฉลี่ยออกมาต่ำกว่า 0.50 หรือค่าเป็นลบ ผู้วิจัยจะทำการตัดข้อคำถามนั้นออกไป (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 141)

การคำนวณด้วยค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of concordance: IOC) หรือดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content validity index: CVI) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 142) มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร IOC หรือ CVI} = \frac{R}{N}$$

โดย R = คะแนนรวมที่ผู้เชี่ยวชาญทุกคนให้
N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การแปลความหมายของค่า IOC (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 142)

ถ้าได้ค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า คำถามข้อนั้นมีความตรงตามเนื้อหา

ถ้าได้ค่า IOC น้อยกว่า 0.50 หรือค่าเป็นลบ แสดงว่า คำถามข้อนั้นไม่มีความตรงตามเนื้อหา

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง และได้มีการปรับปรุงแก้ไขแล้ว จำนวน 30 ชุด ไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย (Pre-test) จากนั้น จึงนำแบบสอบถามในส่วนที่ 2, ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 รวมจำนวน 48 ข้อ มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item analysis) และเนื่องจากแบบสอบถามส่วนนี้เป็นแบบลิเคิร์ต (Likert scale) ซึ่งเป็นคะแนน 5, 4, 3, 2 และ 1 ผู้วิจัยจึงใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550, หน้า 147) ด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ดังตาราง 3-1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3-1 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ

ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ	Cronbach's alpha
1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	
1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบริการ ยารักษาโรคและอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการรักษา	0.812
1.2 ด้านราคา ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาล	0.884
1.3 ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ โปรโมชันตรวจสุขภาพ	0.861
1.4 ด้านกระบวนการการให้บริการ ได้แก่ กระบวนการเข้ารับบริการ	0.887

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ	Cronbach's alpha
1.5 ด้านคุณภาพบุคลากร ได้แก่ แพทย์ พยาบาลและเจ้าหน้าที่ภายในโรงพยาบาล	0.872
1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ชื่อเสียง	0.779
2. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	
2.1 ด้านการตระหนักถึงความต้องการ	0.778
2.2 ด้านการแสวงหาข่าวสาร	0.772
2.3 ด้านการประเมินทางเลือก	0.779
2.4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ	0.875
2.5 ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ	0.802
3. ความพึงพอใจของผู้รับบริการทางการแพทย์	
3.1 ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	0.876
3.2 ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ	0.880
3.3 ความพึงพอใจต่ออรรถยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ	0.758
3.4 ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ	0.803
3.5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ	0.805
3.6 ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ	0.926

ความน่าเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ที่ Nunnally (1978) นำเสนอดังนี้ ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.70 สำหรับงานวิจัยโดยการสำรวจ (Survey research) ซึ่งตามตารางที่ 3-1 ข้างต้น ได้คำนวณค่าความเชื่อถือแล้วอยู่ในเกณฑ์ที่มากกว่า 0.70 และสำหรับการหาความเชื่อถือได้แต่ละแบบ เป็นการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ ซึ่งเป็นตัวเลขที่อยู่ในรูปทศนิยม มีค่าไม่เกิน 1.00 การแปลความหมายค่าความน่าเชื่อถือ ใช้เกณฑ์ดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient)

ค่าความเชื่อถือได้	ระดับความเชื่อถือได้	การนำไปใช้
0.80-1.00	สูงมาก	ใช้ได้ดีมาก
0.70-0.79	สูง	ใช้ได้ดี
0.50-0.69	ปานกลาง	พอใช้
0.30-0.49	ต่ำ	ควรปรับปรุง
ต่ำกว่า 0.30	ต่ำมาก	ใช้ไม่ได้

จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ทำให้สรุปได้ว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้น มีความเที่ยงตรงของข้อมูล เพราะมีค่ามากกว่า 0.70 ก็สามารถที่จะยอมรับได้ในการทำวิจัยเชิงสำรวจ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549, หน้า 313) ดังนั้น จึงสามารถกระจายแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้มาใช้บริการโรงพยาบาล เพื่อเก็บข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ในขั้นต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่าง ๆ
2. หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาและเต็มใจตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered questionnaires) รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ซึ่งจากการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถาม ที่ผ่านการทำโดยกลุ่มตัวอย่างจนครบตามจำนวนที่ต้องการ รวมจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด โดยกำหนดระยะเวลาการแจกแบบสอบถาม เริ่มตั้งแต่วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2558 ถึง วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2558 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการจัดเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ ตามขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล (Editing)

ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม ที่ผ่านการทำโดยกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด

2. สร้างคู่มือในการลงรหัส (Code book)

เพื่ออ่านข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นค่าตัวแปรที่กำหนดขึ้นตามชื่อตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งเป็นฐานข้อมูลของ Microsoft excel

3. การประเมินผลข้อมูล

โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสมาบันทึกใน Microsoft excel และทำการประมวลผล โดยดึงข้อมูลจาก Microsoft excel เข้ามาในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical package for sciences for windows) เพื่อคำนวณค่าสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

โดยนำข้อมูลที่ทำการประมวลผลแล้ว มีทำการวิเคราะห์และแปลผลตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) พื้นฐานประกอบด้วย

การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage): อธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}): เพื่อแสดงการกระจายข้อมูล

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD): เพื่ออธิบายระดับการรับรู้ถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ภาระงานการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ

Multiple linear regression analysis: MRA โดยใช้สัญญาณทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% (หรือ 0.05) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานในการวิจัย และเงื่อนไขในการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2548, หน้า 40-41) มีได้ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจะต้องอยู่ในมาตราอันตรภาคชั้น (Interval scale)
2. ตัวอิสระและตัวแปรตามไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด
3. ค่า Tolerance หรือค่าสัดส่วนความแปรปรวนภายในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่น ๆ จะต้องมามีค่ามากกว่า 0.20
4. ค่า VIF (Variance inflation factor) จะต้องมามีค่าน้อยกว่า 5.00
5. ค่า Durbin-watson ระดับความสัมพันธ์ของค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรอิสระจะต้องอยู่ระหว่าง 1.50-2.50

โดยใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

สมมติฐานที่ 2 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา ” ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบาย และกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปออกเป็น 2 ส่วน โดยรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

1. ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงผลพร้อมคำอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์รายชื่อด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage)

2. ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ บุคลากร ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงผลพร้อมคำอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์รายชื่อด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD)

3. ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงผลพร้อมคำอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์รายชื่อด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD)

4. ผลการสำรวจปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ ความพึงพอใจต่ออخصาสัยและความสนใจของผู้ให้บริการ ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงผลพร้อมคำอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์รายข้อด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean: \bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงผลพร้อมคำอธิบายโดยใช้สถิติอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงผลพร้อมคำอธิบายโดยใช้สถิติอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลตามตาราง ผู้วิจัยได้ใช้ตัวอักษร และสัญลักษณ์ต่าง ๆ แทนความหมายของข้อมูลดังนี้

\bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

SD หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

Unstandardized coefficients หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปแบบคะแนนดิบหรือค่าจริง

B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในรูปแบบคะแนนดิบ

R หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R square หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ที่อธิบายอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

t หมายถึง ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

F หมายถึง ค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

Collinearity statistics	หมายถึง	ค่าสถิติแสดงสภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ
Tolerance	หมายถึง	ค่าแสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองหรือไม่หากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง
VIF	หมายถึง	ค่าแสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองหรือไม่หากค่า VIF > 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง
Durbin-Watson	หมายถึง	ระดับความสัมพันธ์ของค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรอิสระ อยู่ระหว่าง 1.5-2.5
H_0	หมายถึง	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H_1	หมายถึง	สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
*	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
X_{1-6}	หมายถึง	ตัวแปรปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
X_1	หมายถึง	ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์
X_2	หมายถึง	ตัวแปรด้านราคา
X_3	หมายถึง	ตัวแปรด้านรายการส่งเสริมการขาย
X_4	หมายถึง	ตัวแปรด้านกระบวนการ
X_5	หมายถึง	ตัวแปรด้านคุณภาพของบุคลากร
X_6	หมายถึง	ตัวแปรด้านลักษณะทางกายภาพ
C_{1-5}	หมายถึง	ตัวแปรด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ในโรงพยาบาล เมืองพัทยา
C_1	หมายถึง	ตัวแปรด้านการตระหนักถึงความต้องการ
C_2	หมายถึง	ตัวแปรด้านการแสวงหาข่าวสาร
C_3	หมายถึง	ตัวแปรด้านการประเมินทางเลือก
C_4	หมายถึง	ตัวแปรด้านการตัดสินใจใช้บริการ
C_5	หมายถึง	ตัวแปรด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ
\bar{Y}	หมายถึง	ตัวแปรปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา

ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล
(n = 400)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
1. เพศ			
ชาย	188	47.00	2
หญิง	212	53.00	1
รวม	400	100.00	
2. อายุ			
ตั้งแต่ อายุ 15-25 ปี	64	16.00	4
มากกว่า 25-35 ปี	99	24.80	2
มากกว่า 35-45 ปี	107	26.80	1
มากกว่า 45-55 ปี	80	20.00	3
มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	50	12.50	5
รวม	400	100.00	
3. สถานภาพ			
โสด	160	40.00	2
สมรส	173	43.30	1
หย่าร้าง	53	13.30	3
อื่น ๆ	14	3.50	4
รวม	400	100.00	
4. การศึกษา			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	286	71.50	1
ปริญญาตรี	102	25.50	2
สูงกว่าปริญญาตรี	12	3.00	3
รวม	400	100.00	
5. อาชีพ			
ข้าราชการ	44	11.00	5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	12.80	4
พนักงานเอกชน/ พนักงานบริษัท	94	23.50	2

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	123	30.80	1
อื่น ๆ	88	22.00	3
รวม	400	100.00	
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่า 15,000 บาท	181	45.30	1
15,001-20,000 บาท	131	32.80	2
20,001-30,000 บาท	63	15.80	3
30,001-40,000 บาท	25	6.30	4
ตั้งแต่ 40,001 ขึ้นไป	0	0	5
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาจำนวน 400 คน ที่ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ ภาพรวมส่วนใหญ่เป็นดังนี้

เพศ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00

อายุ ผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 35-45 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาคือ อายุมากกว่า 25-35 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ลำดับต่อมาคือ อายุมากกว่า 45-55 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ลำดับถัดมาคือ อายุตั้งแต่ 15-25 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และลำดับท้ายสุดคือ อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

สถานภาพ ผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ลำดับต่อมาคือ สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และลำดับท้ายสุดคือ สถานภาพอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ระดับการศึกษา ผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาคือ การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และลำดับท้ายสุดคือ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

อาชีพ ผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ พนักงานบริษัท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ลำดับต่อมาคือ ผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ผู้ที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ผู้ที่เป็นข้าราชการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 ลำดับต่อมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผู้ที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.00 อายุมากกว่า 35-45 ปี ร้อยละ 26.80 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 43.30 มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 71.50 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย ร้อยละ 30.8 และมียาได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 45.30

ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

เป็นการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาจำนวน 400 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) ดังตารางที่ 4-2

เกณฑ์ในการแปลผลวิเคราะห์ในข้อ 2 โดยใช้เกณฑ์ระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 5.00-4.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยายู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 4.49-3.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 3.49-2.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.49-1.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.49-1.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ของผู้ตอบแบบสอบถามภาพรวม (n = 400 คน)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps	\bar{X}	SD	การแปล	
			ความหมายของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.464	0.664	ปานกลาง	3
2. ด้านราคา	3.415	0.624	ปานกลาง	4
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	2.791	0.731	ปานกลาง	6
4. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.503	0.622	มาก	2
5. ด้านคุณภาพของบุคลากร	3.575	0.756	มาก	1
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.185	0.679	ปานกลาง	5
ภาพรวมปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps	3.322	0.514	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-2 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.322 ผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับพบว่า ด้านคุณภาพของบุคลากรอยู่ในความคิดเห็นระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.575 อันดับที่สองคือ ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในความคิดเห็นระดับมาก

มีค่าเฉลี่ย 3.509 อันดับที่สามคือ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.464 อันดับที่ดีที่สุดคือ ด้านราคาอยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.415 อันดับที่ย่ำคือ ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.185 และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.791

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.514 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าใกล้เคียงกันอยู่ในช่วง 0.622-0.756

ตารางที่ 4-3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านผลิตภัณฑ์ (n = 400 คน)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. การบริการของทางโรงพยาบาลตรงกับ ความคาดหวังของท่าน	19 (48.00)	191 (47.80)	161 (40.30)	20 (5.00)	9 (2.30)	3.477	0.762	ปานกลาง	1
2. ยารักษาโรคที่ท่านได้ท่านได้รับสามารถ รักษาโรคของท่านให้หายขาดได้	16 (4.00)	189 (47.30)	155 (38.80)	35 (8.80)	5 (1.30)	3.440	0.760	ปานกลาง	3
3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้รักษาท่าน มีความทันสมัยและสะอาดถูกสุขลักษณะ	22 (5.50)	195 (48.80)	140 (35.00)	38 (9.50)	5 (1.30)	3.476	0.791	ปานกลาง	2
ภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์						3.464	0.664	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-3 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.464 อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ “ การบริการของทางโรงพยาบาลตรงกับความคาดหวังของท่าน” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.477 รองลงมา “ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้รักษา ท่านมีความทันสมัยและสะอาดถูกสุขลักษณะ” อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.476 และอันดับสุดท้าย มีระดับความคิดเห็นปานกลาง คือ “ ยารักษาโรคที่ท่านได้ท่านได้รับ สามารถรักษาโรคของท่านให้หายขาดได้” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.440

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.664 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.760-0.791

ตารางที่ 4-4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านราคา
(n = 400 คน)

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. ท่านมีความพึงพอใจเมื่อเจ้าหน้าที่แจ้งค่า รักษาพยาบาลบริการกับท่านก่อนเมื่อท่านต้องเข้า รับการรักษาพยาบาล	36 (9.00)	156 (39.00)	176 (44.00)	31 (7.80)	1 (0.30)	3.487	0.775	ปานกลาง	1
2. ท่านพิจารณาค่าราคาของโรงพยาบาลแห่งนี้ ก่อนที่ท่านจะเข้ามาใช้บริการจากโรงพยาบาล แห่งนี้	30 (7.50)	132 (33.00)	196 (49.00)	39 (9.80)	3 (0.80)	3.367	0.790	ปานกลาง	3
3. ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีค่า รักษาพยาบาลที่เหมาะสมกับคุณภาพและค้ำค่าที่ ท่านได้รับ	25 (6.30)	138 (34.50)	210 (52.50)	23 (5.80)	4 (1.00)	3.392	0.735	ปานกลาง	2
ภาพรวมด้านราคา						3.415	0.624	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-4 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านราคา ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.415 อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ “ ท่านมีความพึงพอใจเมื่อเจ้าหน้าที่แจ้งค่ารักษาพยาบาลบริการกับท่าน ก่อนเมื่อท่านต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล ” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.487 ลำดับต่อมา “ ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีค่ารักษาพยาบาลที่เหมาะสมกับคุณภาพและคุ่มค่าที่ท่านได้รับ ” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.392 และอันดับสุดท้าย “ ท่านพิจารณาด้านราคาของโรงพยาบาลแห่งนี้ก่อนที่ท่านจะเข้ามาใช้บริการจากโรงพยาบาลแห่งนี้ ” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.367

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.624 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.735-0.790

ตารางที่ 4-5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านการส่งเสริมการขาย (n = 400 คน)

ด้านการส่งเสริมการขาย	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. ท่านรู้จักโรงพยาบาลแห่งนี้จากการโฆษณา	14 (3.50)	70 (17.50)	154 (38.50)	101 (25.30)	61 (15.30)	2.687	1.040	ปานกลาง	3
2. โรงพยาบาลแห่งนี้มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในการตรวจสอบสุขภาพ	8 (2.00)	82 (20.50)	211 (52.80)	91 (22.80)	8 (2.00)	2.977	0.770	ปานกลาง	1
3. ท่านเข้ามารักษาหรือรับบริการจากโรงพยาบาลแห่งนี้เพราะท่านได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ใบปลิว	12 (3.00)	49 (12.30)	194 (48.50)	101 (25.30)	44 (11.00)	2.710	0.923	ปานกลาง	2
ภาพรวมด้านการส่งเสริมการขาย						2.791	0.731	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-5 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 2.791 อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ “โรงพยาบาลแห่งนี้มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในการตรวจสุขภาพ” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.977 ลำดับต่อมา “ท่านเข้ามารักษาหรือรับบริการจากโรงพยาบาลแห่งนี้เพราะท่านได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ใบปลิว ” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.710 และอันดับสุดท้าย “ ท่านรู้จักโรงพยาบาลแห่งนี้จากการโฆษณา ” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.687 ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.731 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.770-1.040

ตารางที่ 4-6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านกระบวนการให้บริการ (n = 400 คน)

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. แพทย์มีการให้คำแนะนำที่ดีแก่ท่าน ในเรื่อง การปฏิบัติตัวการดูแลตัวเองหลังจากออกจาก โรงพยาบาล	34 (8.50)	191 (47.80)	144 (36.00)	30 (7.50)	1 (0.30)	3.567	0.762	มาก	1
2. ท่านได้รับการรักษาทางการแพทย์จนบรรลุผล (จนหายดี)	32 (8.00)	186 (46.50)	147 (36.80)	29 (7.20)	6 (1.50)	3.522	0.803	มาก	3
3. แพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของท่าน อย่างถูกต้อง	32 (8.00)	190 (47.50)	147 (36.80)	27 (6.80)	4 (1.00)	3.547	0.777	มาก	2
4. การชำระเงินและการจำหน่ายผู้ป่วยออกจาก โรงพยาบาล มีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่ซับซ้อน	17 (4.30)	149 (37.30)	202 (50.50)	31 (7.80)	1 (0.30)	3.375	0.700	ปานกลาง	4
ภาพรวมด้านกระบวนการให้บริการ						3.503	0.622	มาก	

จากตารางที่ 4-6 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.503 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ “ แพทย์มีการให้คำแนะนำที่ดีแก่ท่าน ในเรื่องการปฏิบัติตัวการดูแลตัวเองหลังจากออกจากโรงพยาบาล ” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.567 ลำดับต่อมา “ แพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของท่านอย่างถูกต้อง ” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.547 ลำดับต่อมา “ ท่านได้รับการรักษาทางการแพทย์จนบรรลุผล (จนหายดี) ” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.522 และอันดับสุดท้าย “ การชำระเงิน และการจำหน่ายผู้ป่วยออกจากโรงพยาบาล มีขั้นตอนการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน ” อยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.375

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.622 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.700-0.803

ตารางที่ 4-7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านคุณภาพของบุคลากร (n = 400 คน)

ด้านคุณภาพของบุคลากร	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลมีกิจกรรมรยาที่ดี	34 (8.50)	191 (47.80)	144 (36.00)	30 (7.50)	1 (0.30)	3.507	0.843	มาก	4
2. แพทย์มีความสามารถและทักษะในการรักษาผู้ป่วย	32 (8.00)	186 (46.50)	147 (36.80)	29 (7.20)	6 (1.50)	3.680	0.888	มาก	1
3. พยาบาลมีมารยาท ตลอดจนความเอาใจใส่ การดูแล การตอบสนองผู้ป่วยอย่างดี	32 (8.00)	190 (47.50)	147 (36.80)	27 (6.80)	4 (1.00)	3.517	0.895	มาก	3
4. แพทย์เป็นมิตรและมีทัศนคติที่ดีในการดูแลเอาใจใส่เนื่องจาก เข้าใจความรู้สึก และความต้องการของท่าน	17 (4.30)	149 (37.30)	202 (50.50)	31 (7.80)	1 (0.30)	3.597	0.870	มาก	2
ภาพรวมด้านคุณภาพของบุคลากร						3.575	0.756	มาก	

จากตารางที่ 4-7 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านคุณภาพของบุคลากร ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.575 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ “แพทย์มีความสามารถและทักษะในการรักษาผู้ป่วย” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.680 ลำดับต่อมา “แพทย์เป็นมิตรและมีทัศนคติที่ดีในการดูแลเอาใจใส่เนื่องจาก เข้าใจความรู้สึก และความต้องการของท่าน ” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.597 ลำดับต่อมา “พยาบาลมีมารยาท ตลอดจนความเอาใจใส่ การดูแลการตอบสนองผู้ป่วยอย่างดี ” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.517 และอันดับสุดท้าย “เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลมีกิจกรรมรยาที่ดี ” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.507

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.756 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.843-0.895

ตารางที่ 4-8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านลักษณะทางกายภาพ (n = 400 คน)

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			ความหมาย	ลำดับที่
	คน	คน	คน	คน	คน				
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)				
1. โรงพยาบาลมีการจัดสถานที่ให้ดูสบายตาและดูโปร่งโล่ง	56 (14.00)	166 (41.50)	152 (38.00)	22 (5.50)	4 (1.00)	3.620	0.829	มาก	1
2. สถานที่จอดรถของโรงพยาบาลมีเพียงพอ	12 (3.00)	71 (17.80)	153 (38.30)	124 (31.00)	40 (10.00)	2.727	0.967	ปานกลาง	3
3. โรงพยาบาลมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	13 (3.30)	140 (35.00)	179 (44.80)	53 (13.30)	15 (3.80)	3.207	0.849	ปานกลาง	2
ภาพรวมด้านลักษณะทางกายภาพ						3.185	0.679	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-8 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.185 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ “โรงพยาบาลมีการจัดสถานที่ให้ดูสบายตาและดูโปร่งโล่ง” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.620 ลำดับต่อมา “โรงพยาบาลมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.207 และอันดับสุดท้าย “สถานที่จอดรถของโรงพยาบาลมีเพียงพอ” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.727

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.679 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.829-0.967

ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

เป็นการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ พฤติกรรมหลังการให้บริการ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) ดังตารางที่ 4-9

เกณฑ์ในการแปลผลวิเคราะห์ในข้อ 1.3 โดยใช้เกณฑ์ระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 5.00-4.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 4.49-3.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 3.49-2.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 2.49-1.50 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.49-1.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-9 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ตอบแบบสอบถามภาพรวม (n = 400 คน)

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. การตระหนักถึงความต้องการ									
1.1 ท่านมีทัศนคติที่ดีกับโรงพยาบาลนี้	16 (4.00)	196 (49.00)	168 (42.00)	18 (4.50)	2 (0.50)	3.515	0.671	มาก	1
1.2 ท่านได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการและความคาดหวัง	10 (2.50)	167 (41.80)	179 (44.80)	40 (10)	4 (1.00)	3.347	0.733	ปานกลาง	2
ภาพรวมด้านการตระหนักถึงความต้องการ						3.431	0.617	ปานกลาง	3
2. การแสวงหาข่าวสาร									
2.1 ท่านหาข้อมูลก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้	10 (2.50)	119 (29.80)	194 (48.50)	69 (17.30)	8 (2.00)	3.135	0.796	ปานกลาง	1
ภาพรวมด้านการแสวงหาข่าวสาร						3.135	0.796	ปานกลาง	5

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
3. การประเมินทางเลือก									
3.1 ท่านเลือกโรงพยาบาลนี้เป็นอันดับแรก เสมอ เมื่อต้องการดูแลสุขภาพและต้องการเข้ารับ การรักษา	14 (3.50)	129 (32.30)	210 (52.50)	42 (10.50)	5 (1.30)	3.262	0.742	ปานกลาง	2
3.2 ท่านมีการเปรียบเทียบโรงพยาบาลก่อนที่ ท่านจะเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้	24 (6.00)	146 (36.50)	182 (45.50)	45 (11.30)	3 (0.80)	3.357	0.788	ปานกลาง	1
3.3 บุคคลใกล้ชิดตัวท่านมีผลต่อการเลือกใช้ บริการโรงพยาบาลแห่งนี้	18 (4.50)	135 (33.80)	188 (47.00)	52 (13.00)	7 (1.80)	3.263	0.806	ปานกลาง	3
ภาพรวมด้านการประเมินทางเลือก						3.294	0.599	ปานกลาง	4
4. การตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ									
4.1 การบริการของโรงพยาบาลแห่งนี้ตรงกับ ที่ท่านคาดหวังไว้ก่อนที่จะเข้ารับบริการ	16 (4.00)	185 (46.30)	159 (39.80)	36 (9.00)	4 (1.00)	3.432	0.753	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
4.2 ท่านประทับใจในการบริการของ โรงพยาบาลนี้เมื่อพิจารณาภาพรวมอย่างถี่ถ้วน แล้ว	25 (6.30)	165 (41.30)	182 (45.50)	24 (6.00)	4 (1.00)	3.457	0.745	ปานกลาง	1
ภาพรวมด้านการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ						3.444	0.649	ปานกลาง	1
5. พฤติกรรมหลังการซื้อหรือใช้บริการ									
5.1 ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีคุณภาพใน การให้บริการ	20 (5.00)	186 (46.50)	154 (38.50)	36 (9.00)	4 (1.00)	3.455	0.768	ปานกลาง	1
5.2 ท่านจะแนะนำโรงพยาบาลนี้ให้กับผู้อื่น	26 (6.50)	170 (42.50)	160 (40.00)	36 (9.00)	8 (2.00)	3.425	0.822	ปานกลาง	2
ภาพรวมด้านพฤติกรรมหลังการซื้อหรือใช้บริการ						3.440	0.695	ปานกลาง	2
ภาพรวมกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา						3.365	0.538	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-9 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.365 ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับพบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.444 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ “ ท่านประทับใจในการบริการของโรงพยาบาลนี้เมื่อพิจารณาภาพรวมอย่างถี่ถ้วนแล้ว ” มีค่าเฉลี่ย 3.457 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง “ การบริการของโรงพยาบาลแห่งนี้ตรงกับที่ท่านคาดหวังไว้ก่อนที่จะเข้ารับบริการ ” มีค่าเฉลี่ย 3.432 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง อันดับที่สองคือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อหรือใช้บริการ อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.440 เรียงลำดับดังนี้ “ ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีคุณภาพในการให้บริการ ” มีค่าเฉลี่ย 3.455 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง “ ท่านจะแนะนำโรงพยาบาลนี้ให้กับผู้อื่น ” มีค่าเฉลี่ย 3.425 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง อันดับที่สามคือ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.431 เรียงลำดับดังนี้ “ ท่านมีทัศนคติที่ดีกับโรงพยาบาลนี้ ” มีค่าเฉลี่ย 3.515 อยู่ในความคิดเห็นระดับมาก “ ท่านได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการและความคาดหวัง ” มีค่าเฉลี่ย 3.347 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง อันดับที่สุดคือ ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.294 เรียงลำดับดังนี้ “ ท่านมีการเปรียบเทียบโรงพยาบาลก่อนที่ท่านจะเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้ ” มีค่าเฉลี่ย 3.357 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง “ ท่านเลือกโรงพยาบาลนี้เป็นอันดับแรกเสมอ เมื่อต้องการดูแลสุขภาพและต้องการเข้ารับการรักษา ” มีค่าเฉลี่ย 3.262 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง “ บุคคลใกล้ชิดตัวท่านมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลแห่งนี้ ” มีค่าเฉลี่ย 3.263 อันดับสุดท้ายคือ ด้านการแสวงหาข่าวสาร อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.135 เรียงลำดับดังนี้ “ ท่านหาข้อมูลก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้ ” มีค่าเฉลี่ย 3.135 อยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.538 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าใกล้เคียงกันอยู่ในช่วง 0.671-0.822

ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

เป็นการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ

ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ ความพึงพอใจต่ออخصยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงผลพร้อมคำอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์รายชื่อด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean: \bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) ดังตารางที่ 4-10

เกณฑ์ในการแปลผลวิเคราะห์ในข้อ 4 โดยใช้เกณฑ์ระดับค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	5.00-4.50	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.49-3.50	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	3.49-2.50	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.49-1.50	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.49-1.00	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4-10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ตอบแบบสอบถามภาพรวม (n = 400 คน)

ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์	\bar{X}	SD	การแปล	
			ความหมาย	ลำดับที่ของค่าเฉลี่ย
1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ	3.289	0.645	ปานกลาง	6
2. ความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ	3.358	0.659	ปานกลาง	4
3. ความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่ออخصยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ	3.310	0.661	ปานกลาง	5
4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ	3.550	0.670	มาก	1
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ	3.503	0.630	มาก	2
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ	3.416	0.715	ปานกลาง	3
ภาพรวมปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์	3.404	0.552	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-10 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.404 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า “ ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.550 ลำดับที่สองคือ “ ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.503 ลำดับที่สามคือ “ ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.416 ลำดับที่สี่คือ “ ความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.358 ลำดับที่ห้าคือ “ ความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่ออรรถยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.310 และลำดับสุดท้ายผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง “ ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.289

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.552 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.630-0.715

ตารางที่ 4-11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการ
 ทางกายภาพ ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (n = 400 คน)

ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการ บริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. ท่านได้รับความสะดวกในการเข้ารับคำปรึกษา กับแพทย์ (ระยะเวลาการรอคอยที่เหมาะสม)	15 (3.80)	129 (32.30)	204 (51.00)	45 (11.30)	7 (1.80)	3.250	0.770	ปานกลาง	2
2. โรงพยาบาลมีกระบวนการและขั้นตอนในการ เข้ารับการรักษาที่รวดเร็ว ง่ายและชัดเจน	12 (3.00)	134 (33.50)	200 (50.00)	48 (12.00)	6 (1.50)	3.245	0.759	ปานกลาง	3
3. โรงพยาบาลให้การตอบรับนัดหมาย และรับ การรักษาผู้ป่วยอย่างทันที	18 (4.50)	154 (38.50)	191 (47.80)	33 (8.30)	4 (1.00)	3.372	0.742	ปานกลาง	1
ภาพรวมความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับ จากการบริการ						3.289	0.645	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-11 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.289 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า “ โรงพยาบาลให้การตอบรับนัดหมาย และรับการรักษาผู้ป่วยอย่างทันที ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.372 รองลงมา “ ท่านได้รับความสะดวกในการเข้ารับคำปรึกษากับแพทย์ (ระยะเวลาการรอคอยที่เหมาะสม) ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.250 และลำดับสุดท้ายผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง “ โรงพยาบาลมีกระบวนการและขั้นตอนในการเข้ารับการรักษาที่รวดเร็ว ง่าย และชัดเจน ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.245

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.645 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.742-0.770

ตารางที่ 4-12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทาง
การแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (n = 400 คน)

ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. ผู้ป่วยสามารถเข้ารับบริการได้ทุกประเภท ตามความต้องการของผู้ป่วย	16 (4.00)	125 (31.30)	213 (53.30)	38 (9.50)	8 (2.00)	3.257	0.763	ปานกลาง	3
2. พนักงานและพยาบาลของโรงพยาบาลแห่งนี้ มีการติดต่อประสานให้ท่านได้เข้ารับการรักษา	14 (3.50)	159 (39.80)	178 (44.50)	44 (11.00)	5 (1.30)	3.332	0.767	ปานกลาง	2
3. แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษาของท่าน	3 (1.80)	181 (45.30)	144 (36.00)	39 (9.80)	5 (1.30)	3.485	0.822	ปานกลาง	1
ภาพรวมความพึงพอใจต่อการประสานงานของ การบริการ						3.358	0.659	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-12 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.358 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า “ แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษาของท่าน ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.485 รองลงมา “ พนักงานและพยาบาลของโรงพยาบาลแห่งนี้ มีการติดต่อประสานให้ท่านได้เข้ารับการรักษา ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.332 และลำดับสุดท้ายผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง “ ผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.257

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.659 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.763-0.822

ตารางที่ 4-13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทาง
การแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่ออัยราชัยและความสนใจของผู้ให้บริการ (n = 400 คน)

ความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่ออัยราชัยและ ความสนใจของผู้ให้บริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. โรงพยาบาลมีการจัดพนักงานสำหรับการดูแล เพิ่มเติม เพื่อให้ความช่วยเหลือท่าน เช่น การทำ กายภาพบำบัด	11 (2.80)	121 (30.30)	213 (53.50)	54 (13.50)	1 (0.50)	3.217	0.715	ปานกลาง	3
2. พนักงานและพยาบาลมีการให้บริการอย่าง เป็นกันเอง มีการชวนพูดคุย มีการถามสารทุกข์ สุขดิบของท่าน	18 (4.50)	166 (41.50)	159 (39.80)	54 (13.50)	3 (0.80)	3.355	0.797	ปานกลาง	2
3. พนักงาน พยาบาลและแพทย์มีการใส่ใจ ในการให้บริการแก่ท่าน	23 (5.80)	163 (40.80)	154 (38.50)	54 (13.50)	6 (1.50)	3.357	0.840	ปานกลาง	1
ความพึงพอใจต่ออัยราชัยและความสนใจของ ผู้ให้บริการ						3.310	0.661	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-13 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่ออخصยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.310 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า “ พนักงาน พยาบาลและแพทย์มีการใส่ใจในการให้บริการแก่ท่าน ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.357 รองลงมา “ พนักงานและพยาบาลมีการให้บริการอย่างเป็นกันเอง มีการชวนพูดคุย มีการถามสารทุกข์สุขดิบ ของท่าน ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.355 และลำดับสุดท้าย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง “ โรงพยาบาลมีการจัดพนักงานสำหรับการดูแลเพิ่มเติม เพื่อให้ความช่วยเหลือท่าน เช่น การทำกายภาพบำบัด ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.217 ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.661 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.715-0.840

ตารางที่ 4-14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการ
 ทางกายภาพ ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ (n = 400 คน)

ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วย อย่างชัดเจน และให้ท่านเข้าใจได้ง่าย	47 (11.80)	164 (41.00)	165 (41.30)	21 (5.30)	3 (0.80)	3.577	0.794	มาก	2
2. แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของผู้ป่วย ว่าควรปฏิบัติตนอย่างไร หลังการรักษา	50 (12.50)	172 (43.00)	152 (38.00)	26 (6.50)	0 (0)	3.615	0.786	มาก	1
3. โรงพยาบาลให้บริการตรงตามข้อตกลงและ ตรงเวลา	25 (6.30)	163 (40.80)	188 (47.00)	18 (4.50)	6 (1.50)	3.457	0.745	ปานกลาง	3
ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ						3.550	0.670	มาก	

จากตารางที่ 4-14 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.550 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า “ แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของผู้ป่วย ว่าควรปฏิบัติตนอย่างไร หลังการรักษา ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.615 รองลงมา “ แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วยอย่างชัดเจน และให้ท่านเข้าใจได้ง่าย ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.577 และลำดับสุดท้ายผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง “ โรงพยาบาลให้บริการตรงตามข้อตกลงและตรงเวลา ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.457

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.670 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.745-0.794

ตารางที่ 4-15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการ
 ทางกายภาพ ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (n = 400 คน)

ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)				
1. ท่านมีความพึงพอใจในการรับบริการจาก โรงพยาบาลและพนักงานต้อนรับ	30 (7.50)	162 (40.50)	190 (47.50)	17 (4.30)	1 (0.30)	3.507	0.708	มาก	2
2. เจ้าหน้าที่ทางการเงินมีการบริการท่านอย่าง รวดเร็วและสุภาพ	29 (7.20)	167 (41.80)	165 (41.30)	37 (9.30)	2 (0.50)	3.460	0.781	ปานกลาง	3
3. ท่านมีความพึงพอใจในการเข้ารักษาจาก แพทย์ที่โรงพยาบาลแห่งนี้	37 (9.30)	172 (43.00)	165 (41.30)	23 (5.80)	3 (0.80)	3.542	0.771	มาก	1
ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ						3.503	0.630	มาก	

จากตารางที่ 4-15 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.503 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า “ ท่านมีความพึงพอใจในการเข้ารักษาจากแพทย์ที่โรงพยาบาลแห่งนี้ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.542 รองลงมา “ ท่านมีความพึงพอใจในการรับบริการจากพยาบาลและพนักงานต้อนรับ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.507 และลำดับสุดท้ายผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง “ เจ้าหน้าที่ทางการเงินมีการบริการท่านอย่างรวดเร็วและสุภาพ ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.460

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.630 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.708-0.711

ตารางที่ 4-16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการ
 ทางกายภาพ ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (n = 400 คน)

ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น					SD	การแปล ความหมาย ของค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)	คน (ร้อยละ)			
1. ท่านพึงพอใจต่อค่ารักษาบริการของโรงพยาบาล แห่งนี้	23 (5.80)	164 (41.00)	182 (45.50)	23 (5.80)	8 (2.00)	3.427 0.772	ปานกลาง	1
2. ท่านคิดว่าค่ารักษาพยาบาลเหมาะสมกับคุณภาพ การบริการที่ได้รับ	21 (5.30)	165 (41.30)	176 (44.00)	31 (7.80)	7 (1.80)	3.405 0.779	ปานกลาง	3
3. ท่านคิดว่ายาโรครักษาโรคที่ท่านได้รับนั้นเหมาะสม กับราคาที่ท่านได้จ่ายไป	24 (6.00)	170 (42.50)	169 (42.30)	23 (5.80)	14 (3.50)	3.417 0.830	ปานกลาง	2
ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ						3.416 0.715	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-16 ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ด้านความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 คน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 3.416 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า “ ท่านพึงพอใจต่อค่ารักษาบริการของโรงพยาบาลแห่งนี้ ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.427 รองลงมา “ ท่านคิดว่ายารักษาโรคที่ท่านได้รับนั้นเหมาะสมกับราคาที่ท่านได้จ่ายไป ” ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.417 และลำดับสุดท้ายผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง “ ท่านคิดว่าค่ารักษาพยาบาลเหมาะสมกับคุณภาพการบริการที่ได้รับ ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.405

ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.715 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีค่าใกล้เคียงกัน อยู่ในช่วง 0.772-0.830

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination: R^2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 และใช้เทคนิคการเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการวิเคราะห์ความถดถอยด้วยวิธี Enter และแสดงออกมาเป็น Model ของสมการทำนาย

ในการวิเคราะห์กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติ (α) ที่ระดับ .05 โดยพิจารณาเงื่อนไขการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน ดังนี้

1. หากความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากโปรแกรมมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) จะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และจะปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1)

2. หากความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากโปรแกรมมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

การแปลความหมายการวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำงานจะแปลความหมายระดับความสัมพันธ์ ดังนี้

R มีค่าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระชุดนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมาก

R มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระชุดนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามน้อย

โดยที่การแปลความหมายค่า R จะใช้เกณฑ์เดียวกับการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

- 1.00 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์
- 0.80-0.99 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างสูง
- 0.60-0.79 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างค่อนข้างสูง
- 0.40-0.59 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
- 0.20-0.39 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
- 0.00-0.19 หมายความว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination: R^2) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา รายการส่งเสริมการขาย กระบวนการ คุณภาพของบุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กับตัวแปรตามคือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ตารางที่ 4-17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ด้าน ส่วนประสม ทางการตลาด 6Ps กับ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา (n = 400)

Model		Unstandardized		Standardized	t	P-value	Collinearity	
		coefficients		coefficients			statistics	
		B	S.E.	Beta			Tolerance	VIF
1	ค่าคงที่	0.413	0.090		4.609	0.000*		
	ด้านผลิตภัณฑ์	0.055	0.031	0.067	1.815	0.070	0.433	2.308
	ด้านราคา	0.113	0.029	0.128	3.962	0.000*	0.562	1.781
	ด้านการส่งเสริมการขาย	0.064	0.02	0.085	3.215	0.001*	0.827	1.209
	ด้านกระบวนการให้บริการ	0.267	0.036	0.301	7.319	0.000*	0.346	2.889
	ด้านคุณภาพของบุคลากร	0.268	0.029	0.367	9.387	0.000*	0.381	2.624
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.107	0.027	0.131	3.955	0.000*	0.533	1.877
	R	0.878						
	R square	0.770						
	Adjusted R square	0.767						
	F-ratio	219.794	0.000*					
	Durbin-watson	1.639						

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

จากตารางที่ 4-17 เนื่องจากผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาด 6Ps ด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ด้วยวิธี Stepwise เป็นขั้นที่ 2 ดังตารางที่ 4-18

ตาราง 4-18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps กับ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา (n = 400)

Model	Unstandardized		Standardized	t	P-value	Collinearity		
	coefficients		coefficients			statistics		
	B	S.E.	Beta			Tolerance	VIF	
1	ค่าคงที่	0.429	0.089		4.794	0.000*		
	ด้านคุณภาพของบุคลากร	0.273	0.029	0.374	9.571	0.000*	0.385	2.601
	ด้านกระบวนการให้บริการ	0.290	0.034	0.327	8.485	0.000*	0.396	2.528
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.114	0.027	0.140	4.256	0.000*	0.544	1.837
	ด้านราคา	0.128	0.027	0.145	4.683	0.000*	0.614	1.629
	ด้านการส่งเสริมการขาย	0.065	0.02	0.087	3.247	0.000*	0.827	1.209
R	0.877							
R square	0.768							
Adjusted R square	0.766							
F-ratio	261.571		0.001*					
Durbin-Watson	1.614							

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

จากตารางที่ 4-18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ผู้วิจัยได้เลือก Model ที่สมบูรณ์ที่สุด พบว่า ตัวแปรต้น สามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามเท่ากับ 76.80% และจากผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณภาพของบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และจากการพิจารณาสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) ใน Unstandardized coefficients พบว่า ปัจจัยที่มีน้ำหนักมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ 0.290 ลำดับที่สองคือ ด้านคุณภาพของบุคลากร 0.273 ลำดับที่สามคือ ด้านราคา 0.128 ลำดับที่สี่คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ 0.114 และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งเสริมการขาย 0.065 ซึ่งอธิบายได้ว่าถ้ามีองค์ประกอบของด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณภาพของบุคลากร ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านลักษณะทาง

กายภาพมากขึ้นจะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถสร้างสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.429 + 0.290 X_4^* + 0.273 X_5^* + 0.128 X_2^* + 0.114 X_6^* + 0.065 X_3^*$$

\hat{Y} = ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

X_2 หมายถึง ตัวแปรด้านราคา

X_3 หมายถึง ตัวแปรด้านรายการส่งเสริมการขาย

X_4 หมายถึง ตัวแปรด้านกระบวนการ

X_5 หมายถึง ตัวแปรคุณภาพของบุคลากร

X_6 หมายถึง ตัวแปรลักษณะทางกายภาพ

จากสมการจะเห็นได้ว่า

1. ด้านกระบวนการให้บริการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.290 หน่วย
2. ด้านคุณภาพของบุคลากรเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.273 หน่วย
3. ด้านราคาเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.128 หน่วย
4. ด้านลักษณะทางกายภาพเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.114 หน่วย
5. ด้านรายการส่งเสริมการขายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.065 หน่วย

แสดงว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps จำนวน 5 ด้านที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ดังนั้น จึงมีข้อมูลเพียงพอที่จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

**ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมือง
พัตยาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาล
เมืองพัตยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัตยา**

เป็นการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination: R^2) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่างตัวแปรอิสระคือ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัตยา กับตัวแปรตามปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัตยา โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัตยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัตยา

H_0 : กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัตยาไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัตยา

H_1 : กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัตยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัตยา

ตารางที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทดสอบหาปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา (n = 400)

Model		Unstandardized		Standardized	t	P-value	Collinearity	
		coefficients		coefficients			statistics	
		B	S.E.	Beta			Tolerance	VIF
1	ค่าคงที่	0.536	0.092		5.804	0.000*		
	การตระหนักถึงความต้องการ	0.235	0.036	0.263	6.601	0.000*	0.427	2.342
	การแสวงหาข่าวสาร	0.000	0.023	0.001	0.017	0.987	0.613	1.632
	การประเมินทางเลือก	0.104	0.034	0.112	3.009	0.003	0.487	2.055
	การตัดสินใจใช้บริการ	0.281	0.037	0.33	7.616	0.000*	0.36	2.781
	พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	0.218	0.033	0.275	6.57	0.000*	0.387	2.585
	R	0.856						
	R square	0.733						
	Adjusted R square	0.730						
	F-ratio	216.569	0.000*					
	Durbin-watson	1.624						

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

จากตารางที่ 4-19 เนื่องจากผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Enter พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ด้านการแสวงหาข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ด้วยวิธี Stepwise เป็นขั้นที่ 2 ดังตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ทดสอบหาปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ
ในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ
ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา (n = 400)

Model		Unstandardized		Standardized	t	P-value	Collinearity	
		coefficients		coefficients			statistics	
		B	S.E.	Beta			Tolerance	VIF
1	ค่าคงที่	0.536	0.092		5.813	0.000*		
	การตัดสินใจใช้บริการ	0.281	0.037	0.331	7.679	0.000*	0.364	2.743
	การตระหนักถึงความต้องการ	0.235	0.035	0.263	6.686	0.000*	0.437	2.290
	พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	0.218	0.033	0.275	6.593	0.000*	0.389	2.573
	การประเมินทางเลือก	0.104	0.031	0.112	3.294	0.000*	0.579	1.727
	R	0.856						
	R square	0.733						
	Adjusted R square	0.731						
	F-ratio	271.398	0.000*					
	Durbin-watson	1.624						

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

จากตารางที่ 4-20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Stepwise ผู้วิจัยได้เลือก Model ที่สมบูรณ์ที่สุด พบว่า ตัวแปรต้น สามารถทำนายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามเท่ากับ 73.30% และจากผลการวิเคราะห์พบว่า การตัดสินใจใช้บริการ การตระหนักถึงความต้องการ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ การประเมินทางเลือกมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และจากการพิจารณาสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) ใน Unstandardized coefficients พบว่า ปัจจัยที่มีน้ำหนักมากที่สุด คือ การตัดสินใจใช้บริการ 0.281 ลำดับที่สองคือ การตระหนักถึงความต้องการ 0.235 ลำดับที่สามคือ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ 0.218 ลำดับสุดท้ายคือ การประเมินทางเลือก 0.104 ซึ่งอธิบายได้ว่า ถ้ามีองค์ประกอบของการตัดสินใจใช้บริการ การตระหนักถึงความต้องการ พฤติกรรมหลังการใช้

บริการ การประเมินทางเลือกมากขึ้นจะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถสร้างสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.536 + 0.281C_4 * + 0.235 C_1 * + 0.218 C_5 * + 0.104 C_3 *$$

\hat{Y} = ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

C_1 หมายถึง ตัวแปรด้านการตระหนักถึงความต้องการ

C_3 หมายถึง ตัวแปรด้านการประเมินทางเลือก

C_4 หมายถึง ตัวแปรด้านการตัดสินใจใช้บริการ

C_5 หมายถึง ตัวแปรด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

จากสมการจะเห็นได้ว่า

1. ด้านการตัดสินใจใช้บริการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.281 หน่วย
2. ด้านการตระหนักถึงความต้องการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.235 หน่วย
3. ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.218 หน่วย
4. ด้านการประเมินทางเลือกเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.104 หน่วย

แสดงว่า ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 4 ด้านที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการใน โรงพยาบาลเมืองพัทยา

ดังนั้น จึงมีข้อมูลเพียงพอที่จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์จำนวน 5 ด้าน โดยรวมมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายความผันแปรที่เกิดขึ้นกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ได้ร้อยละ 77.0 ($R^2 = 0.770$) อีกร้อยละ 23.0 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษารวมถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ปัจจัย

ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ โดยรวมมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายความผันแปรที่เกิดขึ้นกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยาได้ร้อยละ 73.30 ($R^2 = 0.733$) อีกร้อยละ 26.70 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษา

ตารางที่ 4-21 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

สมมติฐานที่	ตัวแปร	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps	
	1.1 ด้านผลิตภัณฑ์	
	1.2 ด้านราคา	✓
	1.3 ด้านรายการส่งเสริมการขาย	✓
	1.4 ด้านกระบวนการ	✓
	1.5 ด้านคุณภาพของบุคลากร	✓
	1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ	✓
2	กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา	
	2.1 ด้านการตระหนักถึงความต้องการ	
	2.2 ด้านแสวงหาข่าวสาร	✓
	2.3 ด้านการประเมินทางเลือก	
	2.4 ด้านการตัดสินใจใช้บริการ	✓
	2.5 ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ	✓

จากตารางที่ 4-21 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านรายการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านคุณภาพของบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพและกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย การตัดสินใจใช้บริการ การตระหนักถึงความต้องการ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ การประเมินทางเลือก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา ” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ที่มีสาเหตุมาจากความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างคือ คือ ผู้มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS หาค่าสถิติพื้นฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis: MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination: R²) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา ” สามารถสรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปผลการสำรวจลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่าผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.00 มีอายุตั้งแต่ 35-45 ปี ร้อยละ 36.80 สถานภาพสมรสร้อยละ 43.30 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 71.50 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย ร้อยละ 30.80 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 45.30

ส่วนที่ 2 สรุปผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps โดยภาพรวมผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยายู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.322$) โดยเรียงลำดับดังนี้

ด้านคุณภาพของบุคลากร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพของบุคลากร โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยายู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.575$)

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.503$)

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.464$)

ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.415$)

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านด้านคุณภาพของบุคลากร โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.185$)

ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.791$)

ส่วนที่ 3 สรุปผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการใน โรงพยาบาลเมืองพัทยาส่งผลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.365$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับพบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ โดยรวมมีความคิดเห็นระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.444$) อันดับที่สองคือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อหรือใช้บริการ โดยรวมอยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.440$) อันดับสามคือ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยรวมอยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.431$) อันดับสี่คือ ด้านการประเมินทางเลือก โดยรวมอยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.294$) อันดับสุดท้ายคือ ด้านการแสวงหาข่าวสาร โดยรวมอยู่ในความคิดเห็นระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.135$)

ส่วนที่ 4 สรุปผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์โดยภาพรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.404$) โดยเรียงลำดับ ดังนี้

ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา โดยรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.550$)

ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา โดยรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.503$)

ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาล
เมืองพัทยา โดยรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.416$)

ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการของผู้ให้บริการในโรงพยาบาล
เมืองพัทยา โดยรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.358$)

ความพึงพอใจต่ออรรถาธิบายและความสนใจของผู้ให้บริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ
ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา โดยรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.310$)

ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ
โรงพยาบาลเมืองพัทยา โดยรวมผู้ให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.289$)

ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยและตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 1 เพื่อศึกษา
ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์
ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัย 5 ด้าน สามารถทำนายความพึงพอใจในการรับ
บริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ
76.80 โดยด้านกระบวนการให้บริการมีผลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพของบุคลากร
ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการขายตามลำดับ

2. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 2 เพื่อ
ศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยาที่มีสาเหตุมาจากความพึงพอใจ
ในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ 4 ด้าน ทำนายความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาล
เมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ 76.30 โดยด้านการตัดสินใจใช้บริการ
มีผลมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ
และด้านการประเมินทางเลือก ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา โดยพิจารณา
จากความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ตามทฤษฎีและ
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
ความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง
5 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา

สามารถทำนายความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ 76.80

โดยปัจจัยกระบวนการให้บริการมีผลมากที่สุด ($B = 0.290$) เนื่องจาก ผู้ใช้บริการต้องการได้รับการบริการที่รวดเร็วและไม่ซับซ้อนทั้งในด้านการรักษา ด้านระยะเวลาในการรอการรักษา ด้านการชำระเงิน และต้องการการรักษาที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการให้บริการ หมายถึง การที่โรงพยาบาลมีการจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อนและให้ผู้ให้บริการมีส่วนร่วมและสอดคล้องกับ Rose, Uli, Abdul, and Ng (2004) ได้ทำการศึกษาวิจัยในโรงพยาบาลประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า คุณภาพด้านกระบวนการรักษา เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดทั้งในโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความต้องการเพื่อที่จะอยู่รอดของมนุษย์จัดเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1943) ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า เมื่อมนุษย์มีอาการเจ็บป่วย ย่อมเกิดความวิตกกังวล ความเครียด และเรียกร้องต้องการที่จะรักษาอาการเจ็บป่วยของตนให้หายเป็นปกติ

ลำดับที่สอง คือ ด้านคุณภาพของบุคลากร ($B = 0.273$) เนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการได้รับการบริการที่ดีจากบุคลากรภายในโรงพยาบาล อาทิเช่น การดูแลในด้านพาผู้ใช้บริการไปยังจุดตรวจต่าง ๆ มีการแนะนำเส้นทางและมีมารยาทในการเจรจากับผู้ใช้บริการ ในด้านการรักษา ผู้ใช้บริการต้องการรักษากับแพทย์ที่มีทักษะ มีศักยภาพในการรักษาโรคให้หายขาดและต้องการแพทย์ที่ติดตามดูแลอาการหลังจากได้ทำการรักษาแล้ว สอดคล้องกับแนวคิดของธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2553) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ (การบริการและยารักษาโรค) ทั้งหมดซึ่งหมายรวมถึงทั้งลูกค้า และบุคคลที่ให้บริการ บุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องคัดเลือกให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจ เพื่อให้สามารถ สร้างความพึงพอใจและเกิดความแตกต่างจากคู่แข่งและสอดคล้องกับการศึกษาของ Lync and Schuler (1990) และ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) ที่ว่า ปัจจัยจากความเชื่อในความสามารถ ความรู้ ความชำนาญของแพทย์และพยาบาลผู้ให้การดูแล ความเชื่อมั่นในการรักษาด้วยยา หรืออุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยสามารถช่วยชีวิตได้

ลำดับที่สาม คือ ด้านราคา ($B = 0.128$) เนื่องจาก ผู้ใช้บริการต้องการความคุ้มค่าและเหมาะสมในด้านค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษาและยารักษาโรคที่ได้รับ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ได้กล่าวไว้ว่า ราคาหมายถึง การที่โรงพยาบาลกำหนดค่าตอบแทนสินค้าหรือบริการตามความเหมาะสม เพื่อให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจความคุ้มค่าโดยพิจารณาจากระดับ

ราคาค่าบริการทางการแพทย์การพยาบาลและค่าบริการอื่น ๆ การให้ส่วนลด และเงื่อนไขการชำระ
เงินค่ารักษาพยาบาล

ลำดับที่สี่ คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($B = 0.114$) เนื่องจาก ผู้ใช้บริการจะคำนึงถึง
สภาพแวดล้อมทั่วไปของ โรงพยาบาลจะต้องมีความสะอาด สวยงามและในเรื่องความพร้อมของ
สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Penchansky and Thomas (1981)
ซึ่งได้ให้แนวคิดไว้ว่า ลักษณะการเข้าถึงหรือการใช้บริการในระบบบริการสุขภาพที่เหมาะสม
ระหว่างผู้ป่วยและระบบของการบริการสุขภาพในเรื่อง การเข้าถึงแหล่งบริการคือความสามารถที่
จะใช้แหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งของแหล่งบริการและการเดินทางของ
ผู้ให้บริการ ความเหมาะสมและสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อไปใช้บริการ

และด้านการส่งเสริมการขาย ($B = 0.065$) โรงพยาบาลควรมีการจัด โปรแกรมพิเศษ
ในเทศกาลต่าง ๆ ของ โรงพยาบาลและต้องการแพคเกจเหมาจ่ายที่ราคาถูกกว่ารายการปกติ ซึ่ง
สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml and Bitner (2000) ได้กล่าวไว้ว่า รายการส่งเสริมการขาย
หมายถึง การสื่อสารที่โรงพยาบาลส่งไปยังผู้ให้บริการเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ให้บริการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการ โดยวิธีการสร้างภาพพจน์ของบริการในโรงพยาบาล การให้ข่าวประชาสัมพันธ์
การส่งเสริมการขายตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนดสอดคล้องกับงานวิจัยของเอี่ยมพร เกษมสุข
(2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสำโรง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลสำโรง เป็นปัจจัย
ด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา
ด้านช่องทางการบริการและด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ 0.05

สอดคล้องกับงานวิจัยของชนนพภา สุวศิษฐ์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ
โรงพยาบาลเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดและ
สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน 400 คน ในเขตจังหวัดชลบุรี
ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา โรงพยาบาลพญาไท ศรีราชา โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา และ
โรงพยาบาลเอกชล 1 โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและ
สิ่งแวดล้อมทางการตลาดโดยรวม มี ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการ
เลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรีโดยรวมของแต่ละด้าน พบว่า 5 ด้าน
ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การบริการ ราคา สถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร และ
กระบวนการให้บริการ ความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม

การเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยรวมของแต่ละด้าน พบว่า 2 ด้านที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ และงานวิจัยของมนสิชา สุขชม (2554) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานครและงานวิจัยของชนนพาสวุดิษฐ์ (2552) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านมีผลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา สามารถทำนายความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ 73.30

โดยด้านการตัดสินใจใช้บริการมีผลมากที่สุด ($B = 0.281$) เนื่องจาก เมื่อผู้ให้บริการจะใช้บริการในโรงพยาบาลจะต้องมีการตัดสินใจใช้บริการเกิดขึ้นก่อน ซึ่งผู้ให้บริการจะมีกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่ดีให้แก่ตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรรถ มณีสงฆ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า ในขั้นตอนการประเมิน ผู้บริโภคจะจัดลำดับ ความชอบตรายี่ห้อต่าง ๆ ในแต่ละตัวเลือกและก็จะสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยทั่วไปการตัดสินใจ ซื้อของผู้บริโภคมักจะทำการซื้อตราที่ชอบมากที่สุด แต่ทว่ามีปัจจัย 2 ประการ อาจเข้ามา “ ขวาง ” ระหว่างความตั้งใจกับการตัดสินใจซื้อ

ลำดับที่สอง คือ การตระหนักถึงความต้องการ ($B = 0.235$) เนื่องจาก ผู้ใช้บริการมีความต้องการและความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีจากโรงพยาบาลและเมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการที่ดีจะทำให้ผู้บริกรมมีทัศนคติที่ดีต่อโรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรรถ มณีสงฆ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า การตระหนักถึงความต้องการเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อมีความรู้ลึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาวะที่ผู้ซื้อเป็นอยู่จริงกับสภาวะที่เขาปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้น โดยตัวกระตุ้นจากภายใน กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อนนอกจากนั้นความต้องการอาจถูกกระตุ้นจาก ตัวกระตุ้นภายนอก

ลำดับที่สาม คือ พฤติกรรมหลังการใช้ (B = 0.218) เนื่องจาก ผู้ใช้บริการต้องการได้รับการติดตามผลอย่างต่อเนื่องเมื่อเข้ารับการรักษาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของออร์ซอร์ มณีสงฆ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า งานของนักการตลาดมิได้จบสิ้นลงเมื่อมีการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจและจะก่อพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไรเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คำตอบก็คือ มันขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการปฏิบัติการของสินค้า ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะผิดหวังถ้าตรงกับ ความหมาย ผู้บริโภคจะพอใจถ้าดีเกินความคาดหวังผู้บริโภคจะปลื้มปิติยินดีมาก ผู้บริโภคถึงความคาดหวังไว้กับข่าวสารที่เขาได้รับจากผู้ขายเพื่อน ๆ และแหล่งอื่น ๆ ถ้าผู้ขายอ้างการปฏิบัติงานของสินค้าของเขา “เกินความเป็นจริง” ผลก็คือ ผู้บริโภคจะไม่พอใจ

และลำดับสุดท้าย คือ การประเมินทางเลือก (B = 0.104) มีน้ำหนักน้อยที่สุดเนื่องจากการที่ผู้ใช้บริการจะหาข้อมูลก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้ ผู้ใช้บริการบางรายเข้ามา รักษาด้วยสถานการณฉุกเฉินและโรงพยาบาลแห่งนี้อยู่ใกล้ จึงทำให้การประเมินทางเลือกมีน้ำหนักน้อยที่สุดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของออร์ซอร์ มณีสงฆ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า เราได้เห็นวิธีการที่ ผู้บริโภคใช้ ข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งชุดของตราที่เลือกไว้เพื่อการพิจารณาตัดสินใจเป็นขั้นสุดท้าย ผู้บริโภคเลือกตราสินค้าด้วยวิธีใด นักการตลาดจะต้องรู้เกี่ยวกับการประเมินค่าทางเลือก นั่นก็คือ วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข่าวสารเลือกตราหือในการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดของนักการตลาดต้อง ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา พะนา (2550) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม โดยผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มากที่สุดรองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านบริการทางการแพทย์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ตามลำดับ โดยโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม สามารถนำผลการศึกษามาใช้ปรับกลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ประกันตนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ในส่วนของภาครัฐภายใต้การดูแลของสำนักงานประกันสังคมควรมีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อ ช่วยเหลือโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ประกันตนให้ได้มากที่สุด โดยจัดวางนโยบายและแนวทางการปฏิบัติที่มุ่ง พัฒนาร่วมกันระหว่างผู้ประกันตน โรงพยาบาล และสำนักงานประกันสังคม

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

โรงพยาบาลเมืองพัทยาควรจะมีการพัฒนาคุณภาพของบุคลากรให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น ทั้งในด้านการบริการและในด้านการรักษาเพื่อให้มีมาตรฐานเทียบเท่ากับโรงพยาบาลเอกชน ควรจัดการส่งเสริมการขายในเทศกาลต่าง ๆ ให้บ่อยขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนรู้จักและได้ฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ควรปรับในด้านกระบวนการให้บริการ ควรระบุเวลาในการรอคิวที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจเพิ่มในส่วนของเชิงคุณภาพเข้ามาด้วย โดยเพิ่มการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โรงพยาบาล เพื่อให้จะได้ศึกษาหาแนวทางการพัฒนางานบริการอย่างต่อเนื่อง
2. ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลเมืองพัทยา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง และพัฒนาการบริการให้เกิดคุณภาพการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด
3. การศึกษานี้เป็นการสำรวจจากผู้รับบริการที่โรงพยาบาลรัฐเพียงแห่งเดียว ในเขตเมืองพัทยา หากขยายการศึกษาไปในหน่วยงานอื่น ๆ อาจจะทำให้ผลการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป สำหรับงานวิจัยในอนาคตการศึกษามากกว่าหนึ่งโรงพยาบาล เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบคุณภาพของการบริการ อาจทำให้เห็นแนวโน้มในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐ ในเขตเมืองพัทยาให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กมลชนก ศรีนุกุล. (2556). รายงานวิจัย การประเมินคุณภาพบริการรักษาพยาบาลของผู้ป่วยทั่วไป ในโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ขวัญพร ลีวัฒนานุกพงศ์ และคณะ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ร้าน โสมเบเกอรี่สวนดุสิต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารธุรกิจบริการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- จันทนา รักรักษ์นาค. (2556). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่, คณะบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- จิตติมา พะนา. (2550). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในโครงการประกันสังคม. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชา เทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เจนจิรา จงเมทา. (2552). รายงานการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนนพภา สุวศิษฐ์. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลภาคเอกชน ในเขตจังหวัดชลบุรี. *สหศาสตร์ ศรีปทุม ชลบุรี*, 1(3), 62-71.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2549). การจัดการการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชัน อิน โดไชน่า.
- ชนวัฒน์ นันทสมบูรณ์. (2542). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชากรต่อการใช้บริการทาง การแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเมืองการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: วี. อินเทอร์เน็ต.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2548). สถิติชวนใช้. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรียา ครามะคำ. (2538). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ป่วยที่มาใช้บริการ ณ กลุ่มงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จันทบุรี. *วารสารศูนย์การศึกษา แพทยศาสตร์คลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า*, 12, 144-149.

- มนสิชา สุขชม. (2556). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา. (2554). ยุทธศาสตร์การตลาด. กรุงเทพฯ: สุขุมการพิมพ์.
- เมืองพัทยา. (2558). ข้อมูลด้านสถานพยาบาล. เข้าถึงได้จาก <http://www.pattaya.go.th/services>
- โรงพยาบาลเมืองพัทยา. (2558). ข้อมูลโรงพยาบาล. เข้าถึงได้จาก <http://pattayacityhospital.go.th/>
- ศศิวิมล งามจรัส. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการแพทย์เกี่ยวกับโรคหัวใจในประเทศไทย กรณีศึกษา ผู้ป่วยชาวยุโรปและตะวันออกกลาง. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2548). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2550). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สมฤดี ธรรมสุรดี. (2554). ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554). กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุชีรา ธรรมบัณฑิตสุข. (2549). ปัจจัยที่ผู้ประกันตนใช้ประกอบการพิจารณาเลือกใช้บริการรักษาพยาบาลตามโครงการประกันสังคมของโรงพยาบาลในเครือข่ายประกันสุขภาพ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- อดิทัต ประเสริฐสุข. (2550). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานพยาบาลหลัก
กรณีศึกษาผู้ประกันตนในจังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสิทธิ์ นัทรทนานนท์ และจิรเสกข์ ตริเมธสุนทร. (2549). *หลักการตลาดเพื่อธุรกิจ*. กรุงเทพฯ:
เสริมมิตร.
- อรชร มณีสงฆ์. (2549). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : วิรัตน์ เอ็ดดุกะชัย.
- เอี่ยมพร เกษมสุข. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสำโรง*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ,
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Aday , L. N., & Andersen, R. (1978). Theoretical and methodological issues in sociological
studies of consumer satisfaction with medical care. *Social Science and Medicine*, 12,
28.
- Andaleeb, S. S. (1998). Determinants of customer satisfaction with hospital: A managerial model.
International Journal of Health Care Quality Assurance, 11, 181-187.
- Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Lync, J., & Schuler, D., (1990), Consumer evaluation of the quality of hospital services from an
economics of information perspective. *Journal of Health Care Marketing*, 10(2),
16-22.
- Mangelsdorff, A. D. (1979). Patient satisfaction questionnaire. *Medical Care*, 17, 86-90.
- Maslow, A.H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-96.
- Morse, J. M. (1995). The significance of saturation. *Qualitative Health Research*, 5, 147-149
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality
and its implications for future research. *Journal of marketing* 49, Fall: 41-50.
- Penchansky, R., & Thomas, J. W. (1981). The concept of access: Definition and relationship to
consumer satisfaction. *Medical Care*, 19(2), 127-140.
- Richard, G. (1992). *Statistical concept: A second course fir education and the behavioral
sciences*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rose, R., Uli, J., Abdul, M., & Ng, K. (2004). Hospital service quality: A managerial challenge.
International Journal of Health Care Quality Assurance, 17, 146-159.

Zeithaml, V. A. , & Bitner, M. J. (2000). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามงานวิจัย

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง

“ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยผลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบมา มีประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ “ผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ”

แบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงตามความเป็นจริง

- | | | |
|-------------------------|--|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1. ชาย | <input type="checkbox"/> 2. หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1. ตั้งแต่ อายุ 15-25 ปี | <input type="checkbox"/> 2. มากกว่า 25-35 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 35-45 ปี | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 45-55 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 55 ปีขึ้นไป | |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> 1. โสด | <input type="checkbox"/> 2. สมรส |
| | <input type="checkbox"/> 3. หย่าร้าง | <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ |
| 4. ระดับการศึกษา | <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี |
| | <input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี | |
| 5. อาชีพ | <input type="checkbox"/> 1. รับราชการ | <input type="checkbox"/> 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย |
| | <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ | |
| 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 15,001 - 20,000บาท |
| | <input type="checkbox"/> 3. 20,001-30,000บาท | <input type="checkbox"/> 4. 30,001-40,000บาท |
| | <input type="checkbox"/> 5. ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป | |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตารางให้ตรงตามความเป็นจริง/ ความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. การบริการของทางโรงพยาบาลตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ยารักษาโรคที่ท่านได้ท่านได้รับสามารถรักษาโรคของท่านให้หายขาดได้					
3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้รักษาท่านมีความทันสมัยและสะอาดถูกสุขลักษณะ					
ด้านราคา					
4. ท่านมีความพึงพอใจเมื่อเจ้าหน้าที่แจ้งค่ารักษาพยาบาลบริการกับท่านก่อนเมื่อท่านต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล					
5. ท่านพิจารณาด้านราคาของโรงพยาบาลแห่งนี้ก่อนที่ท่านจะเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลแห่งนี้					
6. ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีค่ารักษาพยาบาลที่เหมาะสมกับคุณภาพและคุ่มค่าที่ท่านได้รับ					
ด้านรายการส่งเสริมการขาย					
7. ท่านรู้จักโรงพยาบาลแห่งนี้จากการโฆษณา					
8. โรงพยาบาลแห่งนี้มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในการตรวจสอบสุขภาพ					
9. ท่านเข้ามารักษาหรือรับบริการจากโรงพยาบาลแห่งนี้เพราะท่านได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์					

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 6Ps	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านกระบวนการ					
10. แพทย์มีการให้คำแนะนำที่ดีแก่ท่าน ในเรื่องการปฏิบัติตัวการดูแลตัวเองหลังจากออกจากโรงพยาบาล					
11. ท่านได้รับการรักษาทางการแพทย์จนบรรลุผล (จนหายดี)					
12. แพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของท่านอย่างถูกต้อง					
13. การชำระเงินและการจำหน่ายผู้ป่วยออกจากโรงพยาบาล มีขั้นตอนการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน					
ด้านคุณภาพของบุคลากร					
14. เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลมีกิริยามารยาทดี					
15. แพทย์มีความสามารถและทักษะในการรักษาผู้ป่วย					
16. พยาบาลมีมารยาท ตลอดจนความเอาใจใส่ การดูแล การตอบสนองผู้ป่วยอย่างดี					
17. แพทย์เป็นมิตรและมีทัศนคติที่ดีในการดูแลเอาใจใส่เนื่องจาก เข้าใจความรู้สึก และความ ต้องการของท่าน					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
18. โรงพยาบาลมีการจัดสถานที่ให้ดูสบายตา และดูโปร่งโล่ง					
19. สถานที่จอดรถของโรงพยาบาลมีเพียงพอ					
20. โรงพยาบาลมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน					

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตารางให้ตรงตามความเป็นจริง/ความคิดเห็นของท่าน

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการตระหนักถึงความต้องการ					
1. ท่านมีทัศนคติที่ดีกับโรงพยาบาลนี้					
2. ท่านได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการและความคาดหวัง					
ด้านการแสวงหาข่าวสาร					
3. ท่านหาข้อมูลก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้					
ด้านการประเมินทางเลือก					
4. ท่านเลือกโรงพยาบาลนี้เป็นอันดับแรกเสมอเมื่อต้องการดูแลสุขภาพและต้องการเข้ารับการรักษา					
5. ท่านมีการเปรียบเทียบโรงพยาบาลก่อนที่ท่านจะเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้					
6. บุคคลใกล้ชิดตัวท่านมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลแห่งนี้					
ด้านการตัดสินใจใช้บริการ					
7. การบริการของโรงพยาบาลแห่งนี้ตรงกับที่ท่านคาดหวังไว้ก่อนที่จะเข้ารับบริการ					
8. ท่านประทับใจในการบริการของโรงพยาบาลนี้เมื่อพิจารณาภาพรวมอย่างถี่ถ้วนแล้ว					
ด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ					
9. ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีคุณภาพในการให้บริการ					
10. ท่านจะแนะนำโรงพยาบาลนี้ให้กับผู้อื่น					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตารางให้ตรงตามความเป็นจริง/ความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ					
1. ท่านได้รับความสะดวกในการเข้ารับคำปรึกษา กับแพทย์ (ระยะเวลาการรอคอยที่เหมาะสม)					
2. โรงพยาบาลมีกระบวนการและขั้นตอน ในการเข้ารับการรักษาที่รวดเร็ว ง่ายและชัดเจน					
3. โรงพยาบาลให้การตอบรับนัดหมาย และรับ การรักษาผู้ป่วยอย่างทันที					
ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ					
4. ผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตาม ความต้องการของผู้ป่วย					
5. พนักงานและพยาบาลของโรงพยาบาลแห่งนี้ มีการติดต่อประสานให้ท่านได้เข้ารับการรักษา					
6. แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษาของท่าน					
ความพึงพอใจต่ออรรถยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ					
7. โรงพยาบาลมีการจัดพนักงานสำหรับการดูแล เพิ่มเติม เพื่อให้ความช่วยเหลือท่าน เช่น การทำ กายภาพบำบัด					
8. พนักงานและพยาบาลมีการให้บริการอย่าง เป็นกันเอง มีการชวนพูดคุย มีการถามสารทุกข์ สุขดิบ ของท่าน					
9. พนักงาน พยาบาลและแพทย์มีการใส่ใจ ในการให้บริการแก่ท่าน					

ปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทาง การแพทย์	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ					
10. แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วย อย่างชัดเจน และให้ท่านเข้าใจได้ง่าย					
11. แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของ ผู้ป่วย ว่าควรปฏิบัติตนอย่างไร หลังการรักษา					
12. โรงพยาบาลให้บริการตรงตามข้อตกลงและ ตรงเวลา					
ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ					
13. ท่านมีความพึงพอใจในการรับบริการจาก พยาบาลและพนักงานต้อนรับ					
14. เจ้าหน้าที่ทางการเงินมีการบริการท่านอย่าง รวดเร็วและสุภาพ					
15. ท่านมีความพึงพอใจในการเข้ารักษาจาก แพทย์ที่โรงพยาบาลแห่งนี้					
ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ					
16. ท่านพึงพอใจต่อค่ารักษาบริการของ โรงพยาบาลแห่งนี้					
17. ท่านคิดว่าค่ารักษาพยาบาลเหมาะสมกับ คุณภาพการบริการที่ได้รับ					
18. ท่านคิดว่ายารักษาโรคที่ท่านได้รับนั้น เหมาะสมกับราคาที่ท่านได้จ่ายไป					

ภาคผนวก ข

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ได้
 ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
 ไม่ได้ (ทั้งฉบับ)

ลงชื่อ ดร. พัทธ์ ตรีสารโรจน์
 (..... ๒๑. ก.ค. ๒๕๕๘)
 ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

เรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ผู้จัดทำ	นายเอกประภุ เอกะสิงห์
โทรศัพท์	56710202
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (EX-MBA รุ่นที่ 37)
รายชื่อผู้ควบคุมงานนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย

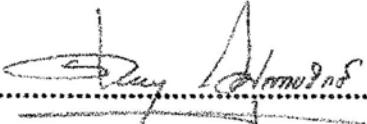
ได้
 ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
 ไม่ได้ (ทั้งฉบับ)

ลงชื่อ *KS*
 (*ศ.ดร. ธงชัย คุ้ม*)
 ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

เรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ชื่อ นิสิต	นายเอกประภุ เอกะสิงห์
รหัสประจำตัว	56710202
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (EX-MBA รุ่นที่ 37)
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย	
<input type="checkbox"/>	ได้
<input checked="" type="checkbox"/>	ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
<input type="checkbox"/>	ไม่ได้ (ทิ้งไว้)
ลงชื่อ	 พว.ศว.นยา เอกสมกรณ์ (.....) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้ทรงคุณวุฒิ 21 19 2558

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ชื่อนิสิต	นายเอกประภู เอกะสิงห์
รหัสประจำตัว	56710202
เบอร์โทรศัพท์	081-7199090
Email	ekprapun@gmail.com
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (EX-MBA รุ่นที่ 37)
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องของแบบสอบถาม
(Index of concordance: IOC)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณญา เดิศพุทธรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ษนทวิ	ดร.รัชต์ ตรีศิริโฑ			
ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล						
1. เพศ หญิง <input type="checkbox"/> ชาย <input type="checkbox"/>	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. อายุ <input type="checkbox"/> 1. ตั้งแต่ อายุ 15-25 ปี <input type="checkbox"/> 2. มากกว่า 25-35 ปี <input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 35-45 ปี <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 45-55 ปี <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. สถานภาพ <input type="checkbox"/> 1. โสด <input type="checkbox"/> 2. สมรส <input type="checkbox"/> 3. หย่าร้าง <input type="checkbox"/> 4. อื่น ๆ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4. ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5. อาชีพ <input type="checkbox"/> 1. ข้าราชการ <input type="checkbox"/> 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณยา เดิศพุทธรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี	ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ			
<input type="checkbox"/> 4. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....						
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท <input type="checkbox"/> 2. 15,001 บาท-20,000 บาท <input type="checkbox"/> 3. 20,001 บาท-30,000 บาท <input type="checkbox"/> 4. 30,001 บาท-40,000 บาท <input type="checkbox"/> 5. ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณยา เดิสมพุทธรักษ์	ดร.ยอดยั้ง ธนทวี	ดร.นันทิ์ ตรีศิริโชติ			
ด้านผลิตภัณฑ์						
1. การบริการของทางโรงพยาบาลตรงกับ ความคาดหวังของท่าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. ยารักษาโรคที่ท่านได้ท่านได้รับสามารถรักษา โรคของท่านให้หายขาดได้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้รักษาท่าน มีความทันสมัยและสะอาดถูกสุขลักษณะ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านราคา						
4. ท่านมีความพึงพอใจเมื่อเจ้าหน้าที่แจ้งค่า รักษาพยาบาลบริการกับท่านก่อนเมื่อท่านต้อง เข้ารับการรักษาพยาบาล	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
5. ท่านพิจารณาด้านราคาของโรงพยาบาลแห่งนี้ ก่อนที่ท่านจะเข้ามาใช้บริการจากโรงพยาบาล แห่งนี้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6. ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีค่ารักษาพยาบาล ที่เหมาะสมกับคุณภาพและค้ำค่าที่ท่านได้รับ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านรายการส่งเสริมการขาย						
7. ท่านรู้จักโรงพยาบาลแห่งนี้จากการโฆษณา	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
8. โรงพยาบาลแห่งนี้มีการจัดรายการส่งเสริมการ ขายในการตรวจสุขภาพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ชนทวี	ดร.รัชต์ ศิริศิริโทธิ			
9. ท่านเข้ามารักษาหรือรับบริการจากโรงพยาบาล แห่งนี้เพราะท่านได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ เช่น ใบปลิว	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
ด้านกระบวนการ						
10. แพทย์มีการให้คำแนะนำที่ดีแก่ท่าน ในเรื่อง การปฏิบัติตัวการดูแลตัวเองหลังจากออกจาก โรงพยาบาล	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
11. ท่านได้รับการรักษาทางการแพทย์จนบรรลุผล (จนหายดี)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
12. แพทย์ทำการประเมินผลภาวะสุขภาพของ ท่านอย่างถูกต้อง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
13. การชำระเงินและการจำหน่ายผู้ป่วยออกจาก โรงพยาบาล มีขั้นตอนการบริหารงานที่ไม่ ซับซ้อน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านคุณภาพของบุคลากร						
14. เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลมีกิจกรรมรยาที่ดี	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
15. แพทย์มีความสามารถและทักษะในการรักษา ผู้ป่วย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
16. พยาบาลมีมารยาท ตลอดจนความเอาใจใส่ การดูแล การตอบสนองผู้ป่วยอย่างดี	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
17. แพทย์เป็นมิตรและมีทัศนคติที่ดีในการดูแล เอาใจใส่เนื่องจาก เข้าใจความรู้สึก และความ ต้องการของท่าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณญา เดิณฑุรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ชนทวิ	ดร.รัชต์ ศิริศิริโหดิ			
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
18. โรงพยาบาลให้บริการทางการแพทย์แก่ท่าน ด้วยความจริงใจ ความซื่อสัตย์สุจริต และมี จริยธรรม	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
19. ชื่อเสียงของ โรงพยาบาลเป็นที่รู้จักและ ยอมรับ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
20. โรงพยาบาลมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเมืองพัทยา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเมืองพัทยา	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณยา เกตุพุทธรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ชนทวิ	ดร.วิภัต ตรีศิริโชติ			
1. ท่านมีทัศนคติที่ดีกับโรงพยาบาลนี้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. ท่านได้รับบริการที่ตรงตามความต้องการและความคาดหวัง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. ท่านหาข้อมูลก่อนที่จะเข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4. ท่านเลือกโรงพยาบาลนี้เป็นอันดับแรกเสมอเมื่อต้องการดูแลสุขภาพและต้องการเข้ารับการรักษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5. ท่านมีการเปรียบเทียบโรงพยาบาลก่อนที่ท่านจะเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6. บุคคลใกล้ชิดตัวท่านมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลแห่งนี้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7. การบริการของโรงพยาบาลแห่งนี้ตรงกับที่ท่านคาดหวังไว้ก่อนที่จะเข้ารับบริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
8. ท่านประทับใจในการบริการของโรงพยาบาลนี้เมื่อพิจารณาภาพรวมอย่างถี่ถ้วนแล้ว	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
9. ท่านคิดว่าโรงพยาบาลแห่งนี้มีคุณภาพในการให้บริการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
10. ท่านจะแนะนำโรงพยาบาลนี้ให้กับผู้อื่น	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านปัจจัยความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณยา เดิศพุทธรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ฆนทวี	ดร.รัชต์ ตรีศิริโชติ			
ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ						
1. ท่านได้รับความสะดวกในการเข้ารับคำปรึกษา กับแพทย์ (ระยะเวลาการรอคอยที่เหมาะสม)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. โรงพยาบาลมีกระบวนการและขั้นตอน ในการเข้ารับการรักษาที่รวดเร็ว ง่ายและชัดเจน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. โรงพยาบาลให้การตอบรับนัดหมาย และรับ การรักษาผู้ป่วยอย่างทันที	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ						
1. ผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภท ตามความต้องการของผู้ป่วย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. พนักงานและพยาบาลของโรงพยาบาลแห่งนี้ มีการติดต่อประสานให้ท่านได้เข้ารับการรักษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษาของท่าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ความพึงพอใจต่ออรรถยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ						
1. โรงพยาบาลมีการจัดพนักงานสำหรับการดูแล เพิ่มเติม เพื่อให้ความช่วยเหลือท่าน เช่น การทำ กายภาพบำบัด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ (คนที)			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี	ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ			
2. พนักงานและพยาบาลมีการให้บริการอย่างเป็นกันเอง มีการชวนพูดคุย มีการถามสารทุกข์สุกดิบ ของท่าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. พนักงาน พยาบาลและแพทย์มีการใส่ใจในการให้บริการแก่ท่าน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับบริการ						
1. แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วยอย่างชัดเจน และให้ท่านเข้าใจได้ง่าย	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. แพทย์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของผู้ป่วย ว่าควรปฏิบัติตนอย่างไร หลังการรักษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. โรงพยาบาลให้บริการตรงตามข้อตกลงและตรงเวลา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ						
1. ท่านมีความพึงพอใจในการรับบริการจากพยาบาลและพนักงานต้อนรับ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. เจ้าหน้าที่ทางการเงินมีการบริการท่านอย่างรวดเร็วและสุภาพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. ท่านมีความพึงพอใจในการเข้ารักษาจากแพทย์ที่โรงพยาบาลแห่งนี้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ						
1. ท่านพึงพอใจต่อค่ารักษาบริการของโรงพยาบาลแห่งนี้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เมืองพัทยา	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ (คนที)			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์	ดร.ยอดยิ่ง ชนทวิ	ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ			
2. ท่านคิดว่าค่ารักษาพยาบาลเหมาะสมกับ คุณภาพการบริการที่ได้รับ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. ท่านคิดว่ายารักษาโรคที่ท่านได้รับนั้น เหมาะสมกับราคาที่ท่านได้จ่ายไป	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ภาคผนวก ค
อักษรวิสุทธิ



20/11/2558

อักษรวิสุทธิ์

Plagiarism Checking Report

Created on Nov 20, 2015 at 12:51 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
152167	Nov 20, 2015 at 12:51 PM	56710202@live.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	Ch1-3.pdf		

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบประกันสังคม ต่อการบริการในแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมเด็จพระปิ่นเกล้า	สวภัทร สัตตยา	Kasetsart University	0.30 %
2	ความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกทั่วไปที่มารับบริการ โรงพยาบาล บี.แควร์ เมดิคอล เซ็นเตอร์	ปกรณ ภูทิพัฒน์	Kasetsart University	0.27 %
3	ความคาดหวังและความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการที่โรงพยาบาล เอกชนแห่งหนึ่ง	ปรารถนา ไบตระกูล	Kasetsart University	0.25 %
4	พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคใน โฮมเฟรช มาร์เก็ต ห้างเดอะมอลล์ งามวงศ์วาน	ชัยรัตน์ จิรสัมปทา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	0.24 %
5	ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกหน่วยงานอายุรกรรม โรงพยาบาล บี.แควร์ เมดิคอลเซ็นเตอร์	เสาวลักษณ์ นนทวงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	0.23 %
6	ความพึงพอใจของผู้รับบริการงานด้านกายภาพบำบัด โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประจักษ์	สมพล ศรีสุริยนต์	Kasetsart University	0.18 %

20/11/2558

อักษรวิสุทธิ์

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

7 1 2 4 การตัดสินใจให้บริการ Purchase Decision 1 2 5 พฤติกรรมหลังการให้บริการ Postpurchase Behavior 1 3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการรับบริการทางการแพทย์ 1 3 1 ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ Convenience 1 3 2 ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ Coordination 1 3 3 ความพึงพอใจต่ออริยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ Courtesy 1 3 4 ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ Medical Information 1 3 5 ความพึงพอใจ

สถานบริการและการให้บริการดูแลรักษาเมื่อมีความต้องการความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ Coordination หมายถึงการให้บริการทุกประเภทในสถานที่ยังมีผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วยแพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วยได้แก่ด้านร่างกายและด้านจิตใจและแพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษาความพึงพอใจต่ออริยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ Courtesy หมายถึงการแสดงความอริยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้

ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วยความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ Medical Information หมายถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วยและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาผู้ป่วยเช่นการปฏิบัติตนของผู้ป่วย เช่นการปฏิบัติตนของผู้ป่วยการใช้จ่ายของผู้ป่วยความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ Quality of Care หมายถึงคุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับหรือคะแนนของผู้ป่วยที่มีต่อบริการของสถานพยาบาล

และบริการซึ่งเป็นกลุ่มที่สังคมยอมรับเพื่อเป็นตัวแบบของสินค้าและบริการ 2 2 ครอบคลุมความเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมหรือข้อของผู้บริโภค จึงจะต้องศึกษาถึงบทบาทและความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวพฤติกรรม การบริการของบุคคลในครอบครัวบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในครอบครัว 2 3 บทบาทและสถานะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่นครอบครัวกลุ่มอ้างอิงถึงองค์กรและสถาบันต่างๆบุคคลจะมีบทบาทและ

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

และความพึงพอใจ 2. การใช้เวลาในการรอคอยเนื่องจากภาระให้บริการของโรงพยาบาลในแผนกผู้ป่วยนอกมีความสิ้นเปลืองและต้องใช้เวลามากทำให้เกิดความเบื่อหน่ายและอารมณ์หงุดหงิดได้ง่าย 21 2.3 การใช้เวลาในการเดินทางมารับบริการของผู้ป่วยมีผลกระทบต่อความพึงพอใจสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการทางด้านกายภาพมาบัดครั้งนี้ได้นำพื้นฐานความพึงพอใจตามองค์ประกอบของการให้บริการตามแนวคิดของ Aday and Anderson ซึ่งเป็นภาระประเมินความพึงพอใจที่ชัดเจนและครอบคลุมอันประกอบด้วยความพึงพอใจในด้านต่างๆต่อไปนี้ 1. ความพึงพอใจด้านความสะดวกที่ได้รับจากรักษา 2. ความพึงพอใจด้านการประสานงานการบริการ 3. ความพึงพอใจด้านอริยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ 4. ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ได้รับการบริการ 5. ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการ 6. ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายจากการรับบริการการบริการทางด้านกายภาพมาบัดของโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ประชาชนในการให้บริการทางด้านกายภาพ

ดังต่อไปนี้คือ 1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากรักษา(Convenience)ซึ่งแยกออกได้เป็น 1. การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ(Office waiting time) 1. การได้รับการรักษาตามเมื่อมีความต้องการให้บริการ(Availability of care when need) 2. ความพึงพอใจต่อลักษณะประสานงานของการบริการ(Coordination)ซึ่งแยกออกเป็น 2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง(Getting all needs met at one place)คือผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย 2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วยอันได้แก่ด้านร่างกายและจิตใจ(Concern of doctors for overall health) 2.3 แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา(Follow up care) 3. ความพึงพอใจต่ออริยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ(Courtesy)ได้แก่การแสดงอริยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย 4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการบริการ(Medical information)แบ่งเป็น 4.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย(Information about what was wrong) 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้การรักษาแก่ผู้ป่วย(Information about treatment) เช่นการปฏิบัติตนของผู้ป่วยการใช้จ่าย

เดียว(Getting all needs met at place)คือผู้ป่วยสามารถรับบริการได้เสร็จสิ้นในจุดเดียว 2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วยอันได้แก่ด้านร่างกายและจิตใจ(Concern doctors for overall health) 2.3 แพทย์ได้รับการติดตามผลการรักษา(Follow-up care) 3. ความพึงพอใจต่ออริยาศัยและความสนใจของผู้ให้บริการ(Courtesy)ได้แก่การแสดงอริยาศัยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย 4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลเกี่ยวกับการให้การรักษาจากบริการ(Medical 25 Information)แยกออกเป็นข้อมูล 2 ประเภทคือ 4.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย(Information about what was wrong) 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้การรักษาแก่ผู้ป่วย(Information about treatment) เช่นการปฏิบัติตนของผู้ป่วยการใช้จ่าย เป็นต้น 5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพและการบริการ(Quality of care)ได้แก่คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับในทัศนะของผู้ป่วยที่มีต่อบริการของโรงพยาบาล 6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ(Out-of-pocket cost)ได้แก่ค่าใช้จ่ายต่างๆที่ผู้ป่วยจ่ายไม่กินการรักษ

เช่นศาสนาอาชีพหรือสหภาพซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการติดต่อกันเป็นทางการแต่ไม่ได้รับการติดต่อกันเป็นประจำนักการตลาดจะต้องกำหนดกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือการสร้างความเห็นของผู้บริโภคบุคคลตัวแบบที่สังคมยอมรับ 4.2.2 ครอบคลุมความเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมหรือข้อของผู้บริโภค นักการตลาดจะต้องศึกษาถึงบทบาทและความสัมพันธ์ของบุคคลในครอบครัวพฤติกรรมการบริโภคของบุคคลในครอบครัวบุคคลที่มีอำนาจในการ

สถานที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

1 ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ Convenience ดังนี้ 1 การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ 1 2 การได้รับการดูแลรักษาทันทีเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ 1 3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ 2 ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ Coordination ดังนี้ 2 1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่งคือผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย 2 2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมด

ของผู้ป่วยได้แก่ด้านร่างกายและด้านจิตใจ 2 3 แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา 3 ความพึงพอใจต่ออริยาไยและความสนใจของผู้ให้บริการ Courtesy ได้แก่การแสดงอริยาไยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย 4 ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ Medical Information ดังนี้ 4 1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วย 4 2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับกรรักษาผู้ป่วยเช่นการปฏิบัติตนของผู้ป่วยเช่นการปฏิบัติตน

ตัดสินใจซื้อในครอบครัว4.2.3บทบาทและสถานะบุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มเช่นครอบครัวกลุ่มอ้างอิงองค์กรและสถาบันต่างๆบุคคลจะมีบทบาทและสถานที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเช่นใน 25 การเสนอขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่มผู้ตัดสินใจซื้อผู้มีอิทธิพลผู้ซื้อและผู้ใช้4.3ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย4.3.1อายุการที่มีอายุแตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกันการแข่งขันผู้บริโภคตามอายุเช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นและรายการที่เคลื่อนไหวบ่อย4.3.2ขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัวเป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะ

ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากในแต่ละช่วงเวลาบุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึกประสบการณ์ที่ได้รับระยะเวลาขั้นทำให้เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจมีการเลื่อนขึ้น-ลงตลอดเวลาส่งผลให้การเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่ควรคาดหวังเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ Aday and Anderdsen (1975 : 120) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการบริการซึ่งเกิดจากพื้นฐาน 6 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการบริการได้แก่ 1 ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการแบ่งเป็น 1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ 1.2 การได้รับการรักษาดูแลเมื่อมีความต้องการ 1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ 2 ด้านการประสานงานของการบริการแบ่งเป็น 2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่งคือผู้ป่วยสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการของผู้ป่วย 2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย ได้แก่ด้านร่างกายและจิตใจแพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา 18 3

2.2 แพทย์ให้ความสนใจในสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ 2.3 แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา 3 ความพึงพอใจต่ออริยาไยและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่การแสดงอริยาไยท่าทางที่ดีเป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความสนใจห่วงใยต่อผู้ป่วย 4 ความพึงพอใจต่อข้อมูลทางการแพทย์ที่ได้รับจากการบริการ (Medical information) 24 4. 1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วย 4.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาผู้ป่วยเช่นการปฏิบัติตนของผู้ป่วยการใช้จ่ายเป็นต้น 5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ (Quality of care) ได้แก่คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับในทัศนระของผู้ป่วยที่มีต่อการบริการของสถานพยาบาล 6 ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่าย (Out-of- pocket cost) ได้แก่ค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการตรวจรักษาพยาบาล Penchansky and Thomas (1981) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการทางการแพทย์ (Medical Service Access) โดยสรุปแบ่งเป็น 5 ประเภทด้วยกันคือ 1 ความเพียงพอของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือความพร้อมของระหว่างบริการ

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายเอกประภุ เอกะสิงห์
วัน เดือน ปี เกิด	26 กรกฎาคม พ.ศ. 2533
สถานที่เกิด	จังหวัดชลบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 17/ 31 หมู่ 4 ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	ผู้จัดการ โครงการ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2553-2556	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (ปกครองท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2556-ปัจจุบัน	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา