

การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

นางปิยะธิดา คล่องยุทธ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2552

**A Study of Out-Patient Satisfaction Toward Marketing Mix
of Bangkok Hospital Rayong**

Mrs.Piyathida Klongyut

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

2009

หัวข้อการศึกษา ค้นคว้าอิสระ การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง
ชื่อและนามสกุล นางปิยะธิดา คล่องบุรุษ
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โจนนแสง

คณะกรรมการสอบการศึกษา ค้นคว้าอิสระ ได้ให้ความเห็นชอบการศึกษา ค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้แล้ว



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โจนนแสง)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์จักรชัย ลอยฤทธิวุฒิกไกร)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษา
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



(รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วันที่ 18 เดือน เม.ย. พ.ศ. ๒๕๖๓

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาด(7Ps)ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ผู้ศึกษา นางปิยะธิดา คล่องยุทธ์ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง **ปีการศึกษา** 2552

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มารับบริการ โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง (2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง (3) ศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4) ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้มารับบริการตรวจรักษาในแผนกผู้ป่วยนอกในช่วงเดือนสิงหาคม 2552 จำนวน 23,800 คน เก็บตัวอย่างแบบสอบถามได้จำนวน 403 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ครอบครัวอยู่ระหว่าง 10,000-30,000 บาท พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง และจ่ายเงินเอง (2) ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้านยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (3) คุณลักษณะเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการ, ยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้มีประสิทธิภาพ, พยาบาลมีความรู้ความเชี่ยวชาญ, ส่วนเรื่องเพศและรายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน ยังพบว่าเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระบวนการและยังสัมพันธ์กับการจัดโปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆ (4) ปัญหาและอุปสรรคพบว่าจะยังมีผู้รับบริการที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการ รวมถึงไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้มารับบริการ

คำสำคัญ ความพึงพอใจ ผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร. เขาว์ โรจนแสง อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ และให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ในการทำวิจัย ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณนายแพทย์สุภกรรณ์ วิณวินท์ คุณกนกอร จิระสวัสดิ์พงศ์และคุณจุลพจน์ การุณพัคตร์ ที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถาม รวมถึงให้คำแนะนำข้อเสนอแนะต่างๆ ในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ สรรพวิทยาและจริยธรรม อันเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้เกิดผลสำเร็จในการศึกษาและการทำการศึกษาฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้อำนวยการ โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์สถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้ประ โยชน์และความดีอันพึงมีในการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา บุรพคณาจารย์ ผู้บังคับบัญชาทุกท่านที่ให้การอบรมให้ความรู้ ชี้แนะแนวทางที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่าอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณ นาวาเอกจรูญ คล่องบุทช์และครอบครัวทุกท่านที่สนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมาจนประสบความสำเร็จในการศึกษา

ปิยะธิดา คล่องบุทช์

พฤศจิกายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมา	1
กรอบแนวคิดในการวิจัย	2
ประเด็นปัญหาการวิจัย	5
วัตถุประสงค์	5
ขอบเขตการวิจัย	5
คำนิยามศัพท์	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดในธุรกิจบริการ	10
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	17
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
การเก็บรวบรวมข้อมูล	19
การวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	21
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอก	23
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาด (7 Ps)	25
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับ บริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาล กรุงเทพฯ	31

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	85
สรุปการวิจัย	86
อภิปรายผล	90
ข้อเสนอแนะ	94
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	95
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	99
ก แบบสอบถาม	100
ประวัติผู้ศึกษา	105

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล	23
ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง	26
ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ	27
ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์	27
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	28
ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	29
ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา	30
ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	30
ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการ	31
ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ารับบริการ	33
ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพในเรื่องพื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย	34

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ และลักษณะทางกายภาพในเรื่องสภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม	35
ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ และลักษณะทางกายภาพในเรื่องความพร้อมของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวก	37
ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ และลักษณะทางกายภาพในเรื่องห้องน้ำสะอาดถูกสุขอนามัย	39
ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการ ทางการแพทย์ในเรื่องการบริการทางการแพทย์ครบวงจร	41
ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการ ทางการแพทย์ในเรื่องเครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ	43
ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการ ทางการแพทย์ในเรื่องการตรวจรักษามีคุณภาพ	44
ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการ ทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ	46
ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการในเรื่องเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษา มีประสิทธิภาพ	48

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ในเรื่องแพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรคและ แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ.....	49
ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ในเรื่องแพทย์มีอخصยไมตรีและเอาใจใส่	51
ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ในเรื่องแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษา	53
ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล เรื่องเพศของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล	55
ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล เรื่องเพศของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล	57
ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ในเรื่องพยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอخصยไมตรี	58
ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร ในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน	60
ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการในเรื่องเพศและรายได้ของครอบครัวกับความพึงพอใจ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน	62

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องการดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ	63
ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องการอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยาและสรรพคุณของยาจนเป็นที่เข้าใจและทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้ยา	65
ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอกการตรวจรักษาตลอดจนการชำระเงินและรับยากลับบ้าน ..	67
ตารางที่ 4.31 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องกระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ	69
ตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์	71
ตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอชำระเงิน ปรึกษา	73
ตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่องราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	74
ตารางที่ 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่องความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษากับผลการรักษา	76

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัดโปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆ ของโรงพยาบาล	78
ตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาล มีความน่าสนใจและให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพ และการป้องกัน	80
ตารางที่ 4.38 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคล ของผู้รับบริการเรื่องรายได้ครอบคลุมกับความพึงพอใจที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสาร ประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจและให้ประโยชน์ เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน	82
ตารางที่ 4.39 แสดงค่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการกลับมาใช้บริการ กับโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง	83
ตารางที่ 4.40 แสดงค่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการแนะนำผู้อื่น ให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง	84

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินธุรกิจในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการปรับขึ้นของราคาน้ำมัน รวมไปถึงสภาวะผันผวนทางการเมือง สภาพการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ผู้ผลิตในทุกระดับต้องเผชิญกับปัญหาด้านภาระต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ในขณะที่ไม่สามารถเพิ่มราคาขายสินค้าได้ เนื่องจากกำลังซื้อที่ลดลงของผู้บริโภค ซึ่งผลกระทบดังกล่าวเกิดขึ้นในทุกประเภทธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นภาคการผลิต หรือ ภาคการบริการ ธุรกิจภาคการบริการดังกล่าวยังรวมถึง ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ คือ โรงพยาบาล โดยเฉพาะ โรงพยาบาลเอกชน ที่ได้รับผลกระทบจากความไม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจภายใน ประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งทำให้ต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อ โรงพยาบาลเอกชน-รัฐ ของบริษัท นาโนเซอร์ จำกัด ในเดือนมิถุนายน 2550 เกี่ยวกับการไปใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน – รัฐ (บิสิเนส ไทย, 18-7-2007) ผู้บริโภคได้แสดงความคิดเห็นว่า ข้อดีของ โรงพยาบาลเอกชนคือ “การบริการที่ดี เอาใจใส่ดูแลดี” ถึงร้อยละ 53.5 ลำดับรองลงมาคือ “มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย” ร้อยละ 17.5 และ “โรงพยาบาลเอกชน มีคุณภาพที่รักษาดีและเก่ง” คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ จากการนำเสนอข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นที่มีต่อรพ.เอกชนสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรพ. เอกชนคือ การบริการที่ดี เป็นอันดับแรก ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในบริการของลูกค้าผู้มารับบริการ คือ พฤติกรรมบริการที่ดี ของพนักงานผู้ให้บริการ โดยเครื่องมือในการใช้วัดหรือสะท้อนภาพการบริการว่า ดีหรือไม่ คือแบบสอบถามความพึงพอใจ ในการเข้ารับบริการ

ดังนั้นการที่ธุรกิจโรงพยาบาลจะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ปัจจัยที่สำคัญคือผู้ให้บริการควรมีพฤติกรรมบริการที่ดี รวมถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน (7Ps) ที่จัดให้บริการในโรงพยาบาลต้องสามารถตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการได้

โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดระยอง เริ่มเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2546 ตั้งอยู่เลขที่ 8 หมู่ 2 ซอย แสงจันทร์ เนรมิตร ตำบล เนินพระ อำเภอ เมือง จังหวัดระยอง เปิดให้บริการตรวจรักษาโดยทีมแพทย์

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางทุกสาขา สามารถรองรับผู้ป่วยนอกได้ 1,000 คนต่อวัน และผู้ป่วยใน 150 เตียง สถิติของผู้รับบริการปัจจุบัน ในปี 2551 มีปริมาณผู้รับบริการในสำนักงานบริการของผู้ป่วยนอกเฉลี่ยอยู่ที่ 778 คนต่อวันซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่โรงพยาบาลได้วางไว้ แต่ปัญหาสำคัญที่พบคือ คะแนนความพึงพอใจของผู้รับบริการไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยโรงพยาบาลตั้งเป้าหมายความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยองไว้ที่ 4.5 แต่ในปี 2551 ค่าคะแนนความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง เฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ที่ทางโรงพยาบาลกรุงเทพระยองได้จัดให้บริการและพัฒนาระบบบริการมาตลอดระยะเวลา 6 ปีที่เปิดดำเนินการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพของการให้บริการในโรงพยาบาลกรุงเทพระยองอันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เพิ่มมากขึ้นและกลับมารับบริการซ้ำ เกิดการบอกต่อและสร้างความจงรักภักดีให้แก่ผู้รับบริการในระยะยาว รวมถึงสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนของโรงพยาบาลกรุงเทพระยองต่อไป

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการในธุรกิจโรงพยาบาล ผู้วิจัยสรุปแนวคิดที่ได้จากแนวคิดของ Vincent K. Omachonu & Joel E. Ross (2004, p15-17) ประเด็นสำคัญของการแข่งขันทางบริการ จากการศึกษาอย่างละเอียดโดย American Management Association สํารวจจาก ผู้ตอบแบบสอบถามจากนานาประเทศมากกว่า 3,000 คนพบว่า 78% ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า การปรับและพัฒนาคุณภาพและการบริการให้แก่ลูกค้าเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จในเชิงการแข่งขัน และ 92% ระบุว่า การให้บริการที่เหนือว่าคู่แข่งคือปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จ คุณลักษณะที่โดดเด่นของการบริการที่มีคุณภาพคือ

1. พฤติกรรมการบริการของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งมอบการบริการ
2. ผู้รับบริการจะมีคำพูดสุดท้ายที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. ช่องทางการเข้าถึงบริการ (ทั้งทางตรงและทางโทรศัพท์) ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
4. ภาพลักษณ์องค์กรในมุมมองของลูกค้า
5. กระบวนการให้บริการและความพร้อมในการบริการ
6. การสามารถกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

7. คุณภาพสามารถตีความได้หลากหลายแตกต่างกันในปัจเจกบุคคลที่มีความแตกต่างกันแม้ว่าจะได้รับบริการจากประสบการณ์ที่เหมือนกัน

8. คุณภาพบริการกำหนดได้ในบริบทที่เป็นภาพรวมของประสบการณ์การบริการ

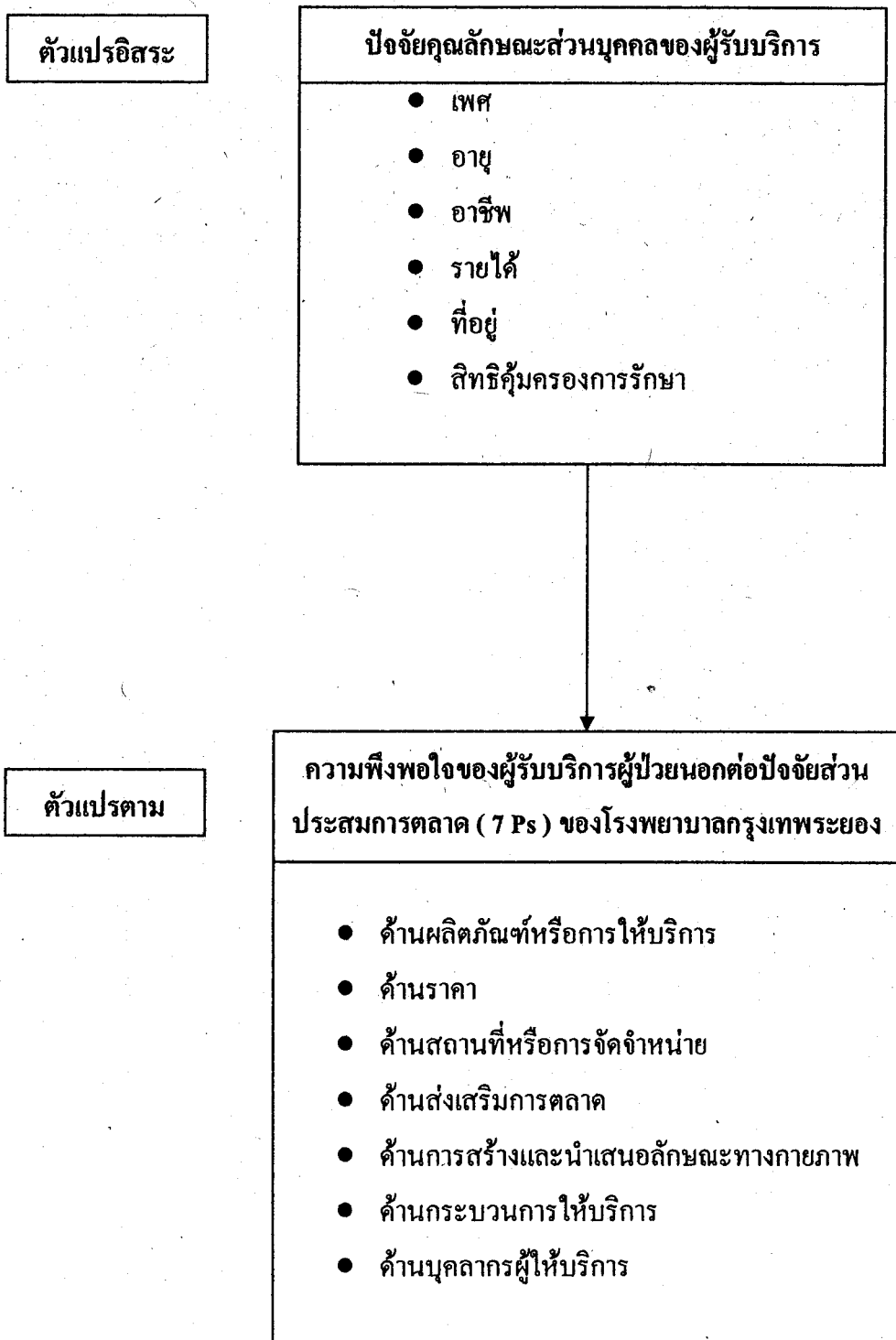
Vincent K. Omachonu & Joel E. Ross (2004, p128) แรงผลักดันให้เกิดความพึงพอใจของผู้รับบริการ จะประกอบด้วยตัวชี้วัดความพึงพอใจที่สำคัญ (Key Excellent Indicators for Customer satisfaction) ได้แก่

1. มาตรฐานบริการที่มาจากความต้องการของลูกค้า
2. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า
3. การกระจายอำนาจ (Empowerment) ให้กับผู้ให้บริการ
4. การสนับสนุน โครงสร้างทางกลยุทธ์ของพนักงานส่วนหน้า ที่ให้บริการลูกค้าโดยตรง (Front-line employees)
5. การให้ความสำคัญในการสรรหา ว่าจ้าง ,การฝึกอบรม,ทัศนคติ,ขวัญและกำลังใจในพนักงานส่วนหน้า ที่ให้บริการลูกค้าโดยตรง
6. ระบบการให้บริการเชิงรุกลูกค้า
7. การบริหารจัดการเชิงรุกในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
8. ใช้หลากหลายช่องทางในการรับฟังความต้องการของลูกค้า เช่น การสำรวจ สอบถามความพึงพอใจ ,การติดตามความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ, การรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า,การจาก ไปของลูกค้า, การรับฟังจากพนักงานผู้ให้บริการ
9. ความต้องการเชิงคุณภาพบริการของส่วนแบ่งตลาด เช่น การสำรวจความต้องการในอนาคตของลูกค้าที่มีในปัจจุบัน , การสร้างพันธะสัญญาของลูกค้า (ความจงรักภักดี, ความเชื่อถือเชื่อมั่น ,บอกต่อในทางที่ดี)

Vincent K. Omachonu & Joel E. Ross (2004, p86) Human Resource Development and Quality Management หัวใจสำคัญของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management) คือการสร้างแรงบันดาลใจ การให้อำนาจ (Empowerment) รวมถึงการให้อำนาจในการตัดสินใจ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เกิดความมั่นใจในผลลัพธ์ที่ยั่งยืน

Vincent K. Omachonu & Joel E. Ross (2004, p83) อ้างถึง The human resource professional magazine, HR. Focus ได้มีการสอบถามผู้อ่านมากกว่า 1,000 คน โดยการให้คะแนนเรื่องในนิตยสารที่สำคัญที่ได้อ่านในปี 1993 หัวข้อที่ได้รับความสนใจสูงสุด 46% คือเรื่อง การมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employees involvement) อันดับที่ 2 คือ เรื่องเกี่ยวกับการบริการลูกค้า 39% และ การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management) 34%

ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดดังภาพ



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ประเด็นปัญหาการวิจัย

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มาใช้บริการ โรงพยาบาล
กรุงเทพฯของมีลักษณะอย่างไร
2. ผู้รับบริการผู้ป่วยนอกมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps)
ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของในแต่ละด้านในระดับใด
3. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps)ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของหรือไม่ อย่างไร
4. ปัญหาและ อุปสรรคในการให้บริการของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของคืออะไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มาใช้บริการ
โรงพยาบาลกรุงเทพฯของ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกกับ
ความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ
4. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและ อุปสรรคในการให้บริการของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ

สมมติฐานการวิจัย

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกสัมพันธ์กับความพึงพอใจในปัจจัย
ส่วนประสมการตลาด (7 Ps)ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านกลุ่มประชากร คือผู้รับบริการที่มาใช้บริการผู้ป่วยนอกที่ โรงพยาบาลกรุงเทพฯของ
2. ด้านกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้รับบริการที่มาใช้บริการใน โรงพยาบาลกรุงเทพฯของ
โดยเลือกเฉพาะผู้ที่มาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยนอกเท่านั้น
3. ด้านขอบเขตของระยะเวลาในการศึกษาและเก็บตัวอย่าง คือ ตั้งแต่เดือนเมษายน –
เดือนพฤศจิกายน 2552

4. ด้านเนื้อหาการวิจัย ศึกษาในเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน (7Ps) ในธุรกิจโรงพยาบาล

5. ด้านพื้นที่ที่ศึกษา เจาะจงเฉพาะการให้บริการของ โรงพยาบาลกรุงเทพระยองเท่านั้น

ค่านิยมศัพท์

1. ความพึงพอใจต่อการบริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง หมายถึง ทัศนคติ ความรู้สึก ความคิด ความชอบ ความไม่ชอบ ของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการของเจ้าหน้าที่และ การจัดการบริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

2. ผู้ป่วยนอก หมายถึง ผู้มารับบริการหรือผู้ป่วยที่รับบริการตรวจรักษาในลักษณะ ไปกลับโดยไม่ต้องนอนพักค้างคืนในโรงพยาบาล

3. ส่วนประสมการตลาด 7 ด้านในธุรกิจการบริการ (Marketing Mix : 7Ps) ได้แก่

3.1 **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึงการให้บริการด้านสุขภาพของโรงพยาบาล กรุงเทพระยอง

3.2 **ด้านราคา (Price)** หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในโรงพยาบาลกรุงเทพ ระยอง

3.3 **ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** หมายถึง สถานที่ ให้บริการด้านสุขภาพของ โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง เช่นการเข้าถึงโรงพยาบาลฯ, การจัดที่พัก, สถานที่นั่งรอคอยในจุดบริการต่างๆ, สถานที่จอดรถ รวมถึงการจัดการห้องน้ำ

3.4 **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อการจัดการบริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง การจัดโปรแกรมส่วนลดในบริการ ทางการแพทย์ การให้ความรู้ด้านสุขภาพ รวมถึง การสื่อสารมุ่งใจในการเข้าเป็นสมาชิกบัตร ชีววัฒน์ะ ซึ่งเป็นสมาชิกของการรับบริการในเครือ โรงพยาบาลกรุงเทพ

3.5 **ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees)** หมายถึงพนักงานในโรงพยาบาล กรุงเทพระยองที่ให้บริการทางการแพทย์ในส่วนบริการผู้ป่วยนอก

3.6 **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation)** หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่โรงพยาบาลกรุงเทพระยองจัดอำนวยความสะดวกในการ ให้บริการ ได้แก่ การจัดรถกอล์ฟบริการรับส่งผู้รับบริการจากที่จอดรถมายังอาคารให้บริการ ทางการแพทย์, การจัดตกแต่งสถานที่ในการให้บริการ, การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการรับ บริการเช่น น้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ นิตยสารเป็นต้น

3.7 ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง การจัดการกระบวนการให้บริการในโรงพยาบาลกรุงเทพฯของตั้งแต่กระบวนการแรกเริ่มจนกระทั่งกลับบ้าน เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับนำเสนอต่อผู้บริหาร โรงพยาบาลกรุงเทพฯของ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ วางนโยบายในการดำเนินงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในอันจะสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้รับผิดชอบในงานบริการผู้ป่วยนอกนำผลการศึกษาไปวางแผนในการปรับและพัฒนาคุณภาพงานบริการผู้ป่วยนอกในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ โดยนำเสนอเนื้อหาครอบคลุมหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) ต่อการบริการ

มอร์ส (Morse, 1955, p.27 อ้างถึงในกนกอร จิระสวัสดิ์พงศ์, 2546 , p16) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึงสิ่งที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลงได้ และความตึงเครียด ที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็ จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ความตึงเครียดก็จะลดน้อยลง หรือหมดไปทำให้เกิดความพึงพอใจ

พอร์เลอท์ (Pollert, 1971, p.135-144) กล่าวว่า ผู้ป่วยที่เข้ามาใช้บริการจากสถานพยาบาลนั้น ส่วนใหญ่ต้องการทราบเกี่ยวกับอาการ ขั้นตอนของการรักษา และความมี ทัศนคติที่ดีจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

วอลแมน (Wolman, 1973, p.283 อ้างถึงในกนกอร จิระสวัสดิ์พงศ์, 2546 , p16) ได้ให้ ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นสภาพความรู้สึกของมนุษย์ที่มีความสุข ความอึดเอมใจ เมื่อความ ต้องการหรือ แรงงูใจของคนได้รับการตอบสนอง

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen, 1975, p.58-80) ได้ศึกษาความพึงพอใจ ของประชาชนต่อบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ.1970 พบว่าเรื่องที่ประชาชนไม่ พึงพอใจมากที่สุด คือความไม่สะดวกในการรับบริการ และค่าใช้จ่าย โดยได้ชี้พื้นฐาน 6 ประการที่ เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) ได้แก่

1.1. เวลาคอยในกระบวนการบริการ (Office waiting time)

1.2. การตอบสนองการดูแลรักษาเมื่อมีความต้องการ (Availability of care when needed)

1.3. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่ได้รับในสถานบริการ (Base of getting to care)

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของทีมผู้ให้บริการ (Coordination) ได้แก่ การได้รับการตอบสนองต่อความต้องการทุกด้านในจุดบริการเดียว (Getting all needs met at one place)

2.1. แพทย์ให้ความสนใจในสุขภาพในภาพรวมทั้งหมดของผู้ป่วย ได้แก่ ด้านร่างกายและจิตใจ (Concern of doctors for overall health)

2.2. แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษาอย่างต่อเนื่อง (Follow up care)

3. ความพึงพอใจในความมีมารยาทของพฤติกรรมบริการของผู้ให้บริการ (Courtesy)

4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลทางการแพทย์ที่ได้รับจากการให้บริการ (Medical information) ได้แก่

4.1. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย (Information about what was wrong)

4.2. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาแก่ผู้ป่วย (Information about treatment)

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการรักษาพยาบาล (Quality of care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแลรักษาทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับ

6. ความพึงพอใจต่อค่ารักษาพยาบาลที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการ (Out of pocket cost)

เพนชานสกีร์และโทมัส (Penchansky and Thomas , 1981, อ้างถึงในศศิธร เลิศล้ำ, 2550, p8) ได้ให้แนวคิดทั่วไปถึงลักษณะการเข้าถึงหรือการใช้บริการในระบบบริการสุขภาพที่เหมาะสมระหว่างผู้ป่วยและระบบของการบริการสุขภาพแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่คือความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการของผู้ป่วย

2. การเข้าถึงแหล่งบริการคือความสามารถที่จะใช้แหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งของแหล่งบริการและการเดินทางของผู้ใช้บริการ

3. ความเหมาะสมและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้ป่วยยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อไปใช้บริการ

4. ความสามารถของผู้ป่วยในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

5. การยอมรับคุณภาพของการบริการ ในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

ชาย โพร้สิตา และอัมพร เจริญชัย (2521, p.120) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของประชาชนต่อสถานพยาบาลว่า ประชาชนไปสถานพยาบาลนั้นคือ ผู้ที่มีความทุกข์เพราะความเจ็บป่วย ดังนั้น การไปสถานพยาบาลก็เพื่อต้องการให้แพทย์ตรวจรักษาให้หายขาดจากโรค แต่การ

ไปสถานพยาบาลต้องติดต่อบุคลากรหลายประเภท เช่น แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่นๆที่เกี่ยวข้อง ความคาดหวังต่างๆไป คือการอยากพบแพทย์ และเจ้าหน้าที่ซึ่งมีอริยาสัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

วูดไซด์, เฟรย์ และดาลี (Woodside, Frey and Daly, 1989, p 5 -17; อ้างถึงใน Taylor, 1994, p.224) ได้ให้คำจำกัดความของความพึงพอใจว่า เป็นทัศนคติของผู้รับบริการที่ตอบสนองต่อประสบการณ์ ที่ได้รับจากการบริการ

Chang-Yung Liu in Asian Productivity Organization Tokyo (2000 , p 3) กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหน้าที่ของความสัมพันธ์ในผลการดำเนินงานที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า , การให้บริการต่อลูกค้าเป็นปรัชญาในการที่พนักงานแสดงความรู้สึกละและกระทำอย่างถูกต้องเหมาะสม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า , การบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในภาพรวม (Total customer satisfaction service) คือ คุณค่าเพิ่มที่มีให้แก่การบริการในอันที่จะตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าและเพิ่มคุณค่าที่มากกว่าในผลประโยชน์ที่ลูกค้าพึงจะได้รับ

Richard Metters , Kathryn King-metters , Madeleine Pullman , Steve Walton (2006 , p 180) ให้คำจำกัดความของ คุณภาพการบริการไว้ว่า คุณค่าของการบริการ คือความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการที่ลูกค้าคาดหวัง ทำให้เกิดความสุขเมื่อได้รับบริการนั้น

จากความหมายและแนวคิดของ ความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ พอสรุปได้ว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อความพึงพอใจในการ ได้รับบริการ ได้แก่ การ ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการตามความคาดหวังที่มีของผู้รับบริการ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดในธุรกิจบริการ (Marketing Mix ,7Ps)

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ คราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่ มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility)มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2.2 ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัด

จาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonperson selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

2.5 ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

2.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)] ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

2.7 ด้านกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction)

ในการบริหารการตลาดนั้น ผู้บริหารการตลาดต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยผ่านทางเครื่องมือส่วนประสม

การตลาด 7 ด้าน (7Ps) แต่ปัจจุบันในยุคของการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้านั้นจะเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่คือ องค์ประกอบทุกอย่างนั้นให้เริ่มต้นจากลูกค้าเป็นหลัก โดยเริ่มตั้งแต่การออกแบบตลอดจนตอบสนองในมุมมองของลูกค้า 4 ด้าน(4Cs) อันได้แก่ Customer Solution, Customer Cost, Convenience และ Communication

1) **Customer Solution** ผู้ผลิตสินค้าต้องเรียนรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภค โดยการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการ เพื่อให้สินค้านั้นๆ สามารถเอื้อประโยชน์หรือแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า และ ที่สำคัญยิ่งคือการนำเสนอคุณภาพที่ดีแก่ลูกค้า โดยอาจเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตรงหรือสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้า

2) **Customer Cost** นักการตลาดควรเข้าใจว่า แม้ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการแล้ว แต่ยังไม่ใช่ว่าปัจจัยเพียงพอที่จะเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าในระดับราคาที่เหมาะสม ผู้บริโภคจะยอมจ่ายในราคาที่สูงหากสินค้านั้นๆ มีลักษณะพิเศษหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะ แนวความคิดเดิมๆ เกี่ยวกับผู้บริโภคที่เชื่อว่า “สินค้าที่มีคุณภาพสูงราคามักจะแพง” นั้น กำลังจะเปลี่ยนไปในปัจจุบันนี้ด้วยกระบวนการทัศน์ใหม่ในการบริหาร คือ “ยกระดับคุณภาพ ขณะเดียวกับราคาที่ถูกลง” ซึ่งให้องค์กรธุรกิจต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เพื่อให้ต้นทุนต่ำลง อีกทั้งยังต้องเปลี่ยนยุทธวิธีการตั้งราคาใหม่จากเดิม ที่ผลิตสินค้าเสร็จแล้วจึงค่อยมาตั้งราคา แต่กลับต้องพิจารณาว่าผู้บริโภคยอมรับสินค้านั้นๆ ด้วยราคา ณ ระดับใด สามารถลดต้นทุนได้หรือไม่ จึงค่อยมากำหนดราคา ณ ระดับ ที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จ่าย

3) **Convenience** ผู้ผลิตต้องพยายามส่งมอบสินค้าหรือนำเสนอการบริการ ณ สถานที่และเวลาที่เหมาะสม ในปัจจุบันธุรกิจมีการดำเนินการโดยเชื่อมต่อด้วยระบบคอมพิวเตอร์ระหว่างสมาชิก เพื่อเอื้อประโยชน์ในการติดต่อและการสั่งซื้อ ซึ่งสามารถตรวจสอบระดับและการไหลเวียนของวัตถุดิบและสินค้าคงคลังได้ในทุกขั้นตอน ในส่วนร้านค้าปลีกเองก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ในทุกเวลาที่ต้องการและสามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลการสั่งซื้อได้ทันที อีกทั้งเติมเต็มสินค้าบนห้างได้ตลอดเวลาไม่เกิด การขาดช่วงและไม่ต้องมีการกักเก็บสินค้าไว้มากเกินความจำเป็น ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดการระบบการสั่งซื้อและการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลต่อการลดต้นทุนทั้งระบบนั่นเอง อันจะเกิดผลดีคืนกลับให้ผู้บริโภค ขณะเดียวกันการกระจายสินค้าควรคำนึงถึงข้อเท็จจริงว่าผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการจะซื้อหาสินค้าด้วยความง่ายและสะดวกสบายไม่ยุ่งยาก ณ เวลาใดก็ได้ที่ที่ต้องการ จึงเกิดธุรกิจประเภทร้านสะดวกซื้อ ที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ในปัจจุบันยังมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมสร้างคุณค่าในจุดนี้

4) **Communication** การมีกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาด อันได้แก่ การใช้พนักงานขาย การบริการสนับสนุน การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ล้วนแต่เป็นการเพิ่มการ

รับรู้แก่ผู้บริโภค เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสินค้า และข้อมูลอื่นๆ ที่องค์กรต้องการสื่อสารด้วย ข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง องค์กรพึงต้องระมัดระวังการให้สัญญาแก่ผู้บริโภคที่เกินจริง อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือเกิดความคาดหวังที่สูงและองค์กรต้องหลีกเลี่ยงการสร้างแรงกดดันกับลูกค้า เช่น กรณีการใช้พนักงานขาย ซึ่งพยายามขายสินค้าในลักษณะเชิงรุกอย่างมากต่อลูกค้า ตรงกันข้ามองค์กรควรแปรเป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อเสริมสร้างคุณค่าและให้เกิดความมั่นใจแก่ลูกค้า เช่น การเสนอคุณประโยชน์หรือการขายในลักษณะเชิงเป็นการปรึกษาแก่ลูกค้า ตลอดจนการบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง หรือจัดตั้งฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกค้าอย่างทันทีทันใด เป็นต้น นอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารและการส่งเสริมการตลาดแบบเดิมๆ แล้ว องค์กรยังสามารถสร้างคุณค่าด้วยเครื่องมือการสื่อสารยุคใหม่ อันได้แก่ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อข่าวสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรงในวงกว้าง และเป็นช่องทางที่ลูกค้าป้อนข้อมูลทั้งเชิงบวกและเชิงลบกลับสู่องค์กรได้อย่างรวดเร็ว

การรักษาความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า หรือรับบริการ ถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคนๆ นั้น ในทางตรงข้ามถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการได้รับบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวังบุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พึงพอใจ

$$\text{ความพึงพอใจ} = \frac{\text{ความคาดหวัง}}{\text{ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ}}$$

ความคาดหวังของลูกค้า นั้นเกิดจากหลายๆ องค์ประกอบ อันได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต คำบอกเล่าของเพื่อนฝูงและญาติมิตร แหล่งข้อมูลอื่นๆ หรือแม้แต่พันธะสัญญาขององค์กรที่ได้ให้ไว้กับลูกค้าบางองค์กรได้สร้างความคาดหวังแก่ลูกค้าในระดับสูงที่อาจก่อให้เกิดความคาดหวังแก่ลูกค้า ในทางตรงกันข้ามถึงองค์กรกำหนดความคาดหวังไว้ต่ำก็ยังไม่สามารถชักจูงลูกค้าให้เกิดความสนใจและมาซื้อสินค้าได้

อย่างไรก็ตาม องค์กรควรมุ่งเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ เพราะลูกค้าจะประเมินถึงคุณค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับต้นทุนที่จ่ายไป ถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจย่อมมีความต้องการที่จะสานต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจโดยไม่หันเหไปใช้สินค้าหรือบริการจากธุรกิจรายอื่น

ผลลัพธ์จากการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ย่อมก่อให้เกิดสัมพันธภาพในระยะยาวแก่องค์กรธุรกิจและเกิดประโยชน์หลายประการดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าจะซื้อสินค้าบ่อยขึ้นและสร้างความภักดีต่อตราสินค้าและบริการขององค์กรในระยะยาว

2. ลูกค้าจะช่วยกันกระจายข่าวสาร และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

3. ลูกค้าจะชักนำผู้ซื้อรายใหม่ๆ แก่องค์กร

4. ลูกค้าจะไม่อ่อนไหวต่อการโฆษณาหรือโปรแกรมการส่งเสริมการขายของผู้

แข่งขันขณะเดียวกันกลับให้ข้อเสนอแนะและข้อมูลต่างๆ แก่องค์กร

5. ต้นทุนในการเสนอสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าเก่า หรือลูกค้าประจำนั้นต่ำกว่าการสร้างลูกค้ารายใหม่มาก คิดเฉลี่ยแล้วเป็นสัดส่วน 1:5 ทั้งนี้เพราะลูกค้าเก่าย่อมมีความเข้าใจและเชื่อถือในตัวสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ อยู่แล้ว ดังนั้นต้นทุนการเจาะตลาดและการบริการต่างๆ จึงต่ำกว่า

เหตุผลหลัก 3 ประการ ที่จะต้องทำการรักษาความพึงพอใจ คือ

1. ต้นทุนในการเสาะหาและเข้าถึงลูกค้าใหม่นั้นสูงกว่าการรักษาลูกค้าเก่ามาก

2. กิจการมีโอกาสสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเก่า ทั้งจากการขายสินค้าเดิมและสินค้าใหม่ อีกทั้งลูกค้าเก่าจะบอกข่าวสารและแนะนำลูกค้าใหม่ให้แก่องค์กร

3. ลูกค้าเก่าทุกรายมีมูลค่าตลอดชีพ (Customer Life Time Value) ซึ่งหมายถึงถ้าลูกค้าผู้นั้นมีการใช้สินค้าหรือบริการต่อเนื่องไปจนจบอายุขัยของลูกค้าแล้วนั้น จะสร้างมูลค่าเป็นตัวเงินแก่กิจการจำนวนเท่าใด รายได้ที่ได้จากลูกค้า 1 คน จึงมิได้หมายถึงรายได้ที่ได้ในปัจจุบันเท่านั้น แต่รวมถึงรายได้จะได้จากลูกค้าโดยคำนวณไปถึงตลอดอายุของลูกค้าคนนั้นๆ ด้วย

3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพรพนา (2544) ศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการในส่วนของคุณภาพด้านพฤติกรรมบริการของบุคลากรเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของมูลเหตุที่มารับบริการ กับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ พบว่ามีระดับความคาดหวังที่แตกต่างกัน โดยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาให้เน้นการปรับปรุงพัฒนาเป็นระบบอย่างต่อเนื่องให้เกิดความพอใจสูงสุดของผู้มารับบริการ โดยคำนึงถึงผู้ป่วยเป็นศูนย์กลางดังนี้

1. การต้อนรับและการตอบสนอง

2. ความสะดวกรวดเร็วมีประสิทธิภาพ

3. การได้รับความเสมอภาคและเป็นธรรม
4. การได้รับการรักษาพยาบาลด้วยอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ที่เหมาะสม
5. ความสะอาดและสภาพแวดล้อมที่ดี
6. ค่ารักษาพยาบาลที่ยุติธรรม
7. การได้รับสวัสดิการตามสิทธิที่พึงมี
8. พฤติกรรมบริการด้านสังคม
9. พฤติกรรมด้านการรักษาพยาบาล

กนกอร (2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา โดยการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการ จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการต่อการให้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการทางการแพทย์ระหว่างตัวแปรประเภทของผู้รับบริการที่มารับบริการ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ป่วยที่มารับบริการทางการแพทย์ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2546 จำนวน 370 คน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชาทั้งโดยรวมและแต่ละรายค่าน้อยในระดับมาก แต่เมื่อวิเคราะห์รายค่านพบว่า ผู้รับบริการเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมสูงกว่าผู้รับบริการเพศชาย ผู้รับบริการที่มีอายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, จำนวนครั้งของการมาใช้บริการ และประสบการณ์ในการใช้บริการที่โรงพยาบาลอื่น แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการทางการแพทย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ส่วนผู้รับบริการที่มีรายได้แตกต่างกัน และถิ่นที่อยู่ในเขตและนอกเขตอำเภอศรีราชา มีความพึงพอใจต่อการให้บริการทางการแพทย์ไม่แตกต่างกัน ผู้รับบริการส่วนใหญ่ได้เสนอแนะแนวทางการให้บริการทางการแพทย์ที่สำคัญดังนี้ ด้านระบบการให้บริการ เสนอแนะให้มีการปรับระบบงานให้รวดเร็วขึ้น ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เสนอแนะเรื่อง ความสะอาดของเครื่องแต่งกายของเจ้าหน้าที่ และความเสมอภาคในการให้บริการ

ศิริดวงภา (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลลำปาง โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ป่วยที่เข้ารับบริการในแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลลำปางจำนวน 330 คน โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจพบว่า ความพึงพอใจในด้านพฤติกรรมการรักษาพยาบาลอยู่ในระดับมาก โดยในรายละเอียดเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดคือ พื่อใจในการรักษาของแพทย์ รองลงมาได้แก่แพทย์ใส่ใจในคำบอกเล่าอาการเจ็บป่วย เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจในการบริการ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว โดยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยข้อหนึ่งคือ ควรจัด

ให้มีการพัฒนาอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนางานบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มารับบริการ

ศศิธร เลิศล้ำ(2550) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิทในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการในแผนกผู้ป่วยนอก จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท ด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับพึงพอใจมากยกเว้นด้านราคาความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอกโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความพึงพอใจใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านสถานที่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และ ด้านราคา มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนคุณลักษณะของผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการมาใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอกโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยคือ ควรศึกษาถึงอุปสรรคในการดำเนินงานของโรงพยาบาล และอุปสรรคในการให้บริการเพื่อนำมากำหนดนโยบายในการบริหารต่อไป และระยะเวลาในการศึกษาควรศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพราะผู้วิจัยศึกษาเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง ผู้วิจัยได้ศึกษากับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ประชากร (Population) ประชากรในที่นี้หมายถึงผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการตรวจรักษาในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง โดยในปี 2551 มีจำนวนผู้รับบริการเฉลี่ย 23,654 คนต่อเดือน ในปี 2552 ตั้งแต่เดือน มกราคมถึงเดือน พฤษภาคม มีจำนวนผู้รับบริการเฉลี่ย 23,800 คนต่อเดือน

1.2 ขนาดตัวอย่าง (Sample size) ขนาดของตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาจะ ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ในผู้รับบริการผู้ป่วยนอก ที่มารับบริการตรวจรักษาแยกตามสาขาของโรค โดยกำหนดจำนวนขนาดตัวอย่างจากการเทียบตารางของ Yamane ที่ความเชื่อมั่น 95% โดยการใช้สูตรคำนวณ ของ Yamane ดังนี้

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{23800}{1 + 23800(0.05)^2} \\ &= \frac{23800}{1 + 23800(0.0025)} \\ &= \frac{23800}{1 + 59.5} \\ &= \frac{23800}{60.5} \\ &= \underline{393.39}\end{aligned}$$

- เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ 394 คน

1.3 ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม โดยทำการศึกษากับข้อมูลในเดือนสิงหาคม 2552

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้รับบริการ หรือ ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, ที่อยู่, ผู้รับผิดชอบจ่ายค่ารักษาพยาบาล หรือสิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล โดยคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ(Check list) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ลักษณะแบบสอบถามเป็นชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ

- 5 คะแนน หมายถึง ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ผู้รับบริการมีความพึงพอใจปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ผู้รับบริการมีความพึงพอใจน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ผู้รับบริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยแบ่งคำถามออกเป็น 6 ด้าน รวม 25 ข้อ ดังนี้

1. ด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ โดยมีคำถาม 5 ข้อ
2. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีคำถาม 4 ข้อ
3. ด้านบุคลากร โดยมีคำถาม 8 ข้อ
4. ด้านกระบวนการ โดยมีคำถาม 4 ข้อ
5. ด้านราคา โดยมีคำถาม 2 ข้อ
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีคำถาม 2 ข้อ

การควบคุมเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญ ร่วมตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของเนื้อหาจากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงก่อนนำไปเก็บข้อมูล

การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามไปทำการทดสอบจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในคำถามของผู้ตอบนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยวิธีของ Alpha Coefficient ได้ค่า $\text{Alpha} = .7864$

3.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเก็บข้อมูลในเดือนสิงหาคม 2552 ช่วงเวลาหลังจากที่ผู้รับบริการได้รับบริการเสร็จสิ้น โดยแจกแบบสอบถามให้กับผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการในแต่ละแผนกของส่วนงานบริการผู้ป่วยนอกโดยแจกแบบสอบถามเก็บข้อมูลทุกวันในช่วงเวลา เวลา 8.00 - 20.00 น. ซึ่งเป็นเวลาให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอกโดยส่งแจกผู้รับบริการทุกแผนกตามสาขาของโรคในส่วนบริการผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลกรุงพระยอง

4.สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ดังนี้

4.1 การเสนอข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของประชากรตัวอย่าง โดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage)

4.2 การวิเคราะห์เพื่อหาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด(7Ps)ของโรงพยาบาลกรุงพระยอง โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean)และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การแปลความหมายของคะแนนระดับความพึงพอใจเกิดจากการวิเคราะห์เพื่อที่จะให้ทราบว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps)ของโรงพยาบาลกรุงพระยองอยู่ในระดับใด โดยการจัดกลุ่มคะแนนออกเป็น 5 ระดับ คือ กลุ่มพึงพอใจมากที่สุด, กลุ่มพึงพอใจมาก, กลุ่มพึงพอใจปานกลาง, กลุ่มพึงพอใจน้อย และกลุ่มพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งมีวิธีการจัดช่วงกลุ่มคะแนนดังนี้

1. หาพิสัย (Range) จากคะแนนที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเท่ากับ
คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด $5-1 = 4$ และ $5-2 = 3$

2. หาอันตรภาคชั้น (Interval) โดยการกำหนดจำนวนชั้นเท่ากับ 5 ชั้น คือกลุ่มพึงพอใจมากที่สุด, กลุ่มพึงพอใจมาก, กลุ่มพึงพอใจปานกลาง, กลุ่มพึงพอใจน้อย และกลุ่มพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{4}{5} = 0.8$$

3. กำหนดขีดจำกัดบน และขีดจำกัดล่าง ได้ช่วงระดับความพึงพอใจดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ขีดจำกัดล่าง	ขีดจำกัดบน
พึงพอใจน้อยที่สุด	1.00	1.80
พึงพอใจน้อย	1.81	2.61
พึงพอใจปานกลาง	2.62	3.42
พึงพอใจมาก	3.43	4.23
พึงพอใจมากที่สุด	4.24	5.00

4. การจัดช่วงกลุ่มคะแนนของการจัดระดับความพึงพอใจ

ระดับคะแนน 1.00-1.80	อยู่ในระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
ระดับคะแนน 1.81-2.61	อยู่ในระดับความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน 2.62-3.42	อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน 3.43-4.23	อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน 4.24-5.00	อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4.3 การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วย

นอกจากความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง โดยใช้ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลกรุงเทพของที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของ โรงพยาบาลกรุงเทพของรวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของ โรงพยาบาลกรุงเทพของ การแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัย ได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

H_0 แทน สมมติฐานหลัก

H_1 แทน สมมติฐานรอง

N แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Place 1 แทน ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ

Place 2 แทน พื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย

Place 3 แทน สภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม

Place 4 แทน ความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

Place 5 แทน ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย

Product 6 แทน การบริการทางการแพทย์ครบวงจร

Product 7 แทน เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ

Product 8 แทน การตรวจรักษามีคุณภาพ

Product 9 แทน ยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ

People 10 แทน แพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรคและ
แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ

People 11 แทน แพทย์มีอัธยาศัย ไมตรีและเอาใจใส่

People 12 แทน แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษา

People 13 แทน พยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล

People 14 แทน พยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอัธยาศัยไมตรี

People 15 แทน พยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน

People 16 แทน การดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ

People 17 แทน การอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา และ สรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้น ได้จากการใช้ยา

Process 18 แทน ความสะดวก รวดเร็ว ในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงิน และรับยากลับบ้าน

Process 19 แทน ความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์

Process 20 แทน กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ

Process 21 แทน ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รับยา

Price 22 แทน ราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ

Price 23 แทน ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษากับผลการรักษา

Promote 24 แทน การจัด โปรแกรมหาพิเศษ ในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาล

Promote 25 แทน เอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่

มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (7Ps)ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอก

ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ (Percentage) ผลการศึกษาข้อมูล ปรากฏดังตารางต่อไปนี

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอก

คุณลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	153	38
	หญิง	250	62
รวม		403	100
อายุ	<15 ปี	2	0.5
	15-20 ปี	19	4.7
	21-30 ปี	134	33.3
	31-40 ปี	150	37.2
	41-50 ปี	80	19.9
	51-60 ปี	15	3.7
	61 ปีขึ้นไป	3	0.7
รวม		403	100
อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	37	9.2
	พนักงานบริษัท	231	57.3
	เกษตรกร	2	0.5
	ธุรกิจส่วนตัว	79	19.6
	แม่บ้าน	21	5.2
	นักท่องเที่ยว	7	1.7
	เกษียณอายุ	1	.2
	นักเรียน/นักศึกษา	23	5.7
	อื่นๆ	2	.5
รวม		403	100

รายได้			
	10,000-30,000 บาท	167	41.4
	30,001-50,000 บาท	132	32.8
	50,001-80,000 บาท	79	19.6
	80,001 บาทขึ้นไป	25	6.2
	รวม	403	100
ที่อยู่			
	อ.เมือง	251	62.3
	อ.บ้านฉาง	66	16.4
	อ.เขาชะเมา	2	.5
	อ.บ้านค่าย	32	7.9
	อ.แกลง	17	4.2
	อ.ปลวกแดง	7	1.7
	อ.นิคมพัฒนา	12	3.0
	อ.วังจันทร์	2	.5
	อ.สัตหีบ	1	.2
	อ.อื่นๆ	13	3.2
	รวม	403	100

ผู้รับผิดชอบจ่ายค่ารักษาพยาบาล	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเงินเอง	150	37.2
สวัสดิการข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	6.5
สวัสดิการบริษัท	114	28.3
บริษัทประกันชีวิต	99	24.6
ใช้สิทธิคุ้มครองมากกว่ารายการ อื่นๆ	13	3.2
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62 อายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 อาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 231 คน คิดเป็น ร้อยละ 57.3 มีรายได้ครอบคลุมอยู่ระหว่าง 10,000-30,000 บาทจำนวน 167 คิดเป็นร้อยละ 41.4 อำเภอเมือง จำนวน 251 คิดเป็นร้อยละ 62.3 ผู้รับผิดชอบจ่ายค่ารักษาพยาบาลหรือสิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลส่วนใหญ่จ่ายเงินเองจำนวน 150 คนคิดเป็นร้อยละ 37.2

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps)

ทำการวิเคราะห์หาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พิจารณาระดับความพึงพอใจตามเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

ระดับคะแนน 1.00-1.80	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
ระดับคะแนน 1.81-2.61	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน 2.62-3.42	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน 3.43-4.23	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน 4.24-5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุดผลการ

วิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps)	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
ด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทาง			
กายภาพ (Physical evidence)	3.90	.64	มาก
ด้านบริการทางการแพทย์ (Product)	4.06	.61	มาก
ด้านบุคลากร (People)	3.89	.58	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	3.55	.67	มาก
ด้านราคา (Price)	3.45	.66	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.42	.83	ปานกลาง
รวม	3.88	.53	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยองทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ในด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) , ด้านบริการทางการแพทย์ (Product) , ด้านบุคลากร (People) , ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านราคา (Price) นั้น ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้รับบริการมีระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรกในด้านบริการทางการแพทย์ (Product), ด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ(Physical evidence) และด้านบุคลากร (People) ตามลำดับ ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)

ด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ	3.87	.616	มาก
2. พื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย	3.80	.676	มาก
3. สภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม	3.98	.581	มาก
4. ความพร้อมของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.97	.552	มาก
5 ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย	3.87	.723	มาก
รวม	3.90	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 3.90 คืออยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ, พื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย, สภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม, ความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงในเรื่องห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกในด้านสภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม, ความพร้อมของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และอันดับที่สามคือเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ และห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบริการทางการแพทย์ (Products)

ด้านบริการทางการแพทย์ (Product)	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
6. การบริการทางการแพทย์ครบวงจร (มีศูนย์เฉพาะ โรคครอบคลุมทุกสาขา)	4.01	.615	มาก
7. เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ	4.09	.606	มาก
8. การตรวจรักษามีคุณภาพ	4.06	.602	มาก
9. ยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ	4.06	.594	มาก
รวม	4.06	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ด้านบริการทางการแพทย์ (Products) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.06 คืออยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องการบริการทางการแพทย์ครบวงจร (มีศูนย์เฉพาะ โรคครอบคลุมทุกสาขา), เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัยมีประสิทธิภาพ, การตรวจรักษามีคุณภาพ รวมถึงเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรกในด้านเครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัยมีประสิทธิภาพ, การตรวจรักษามีคุณภาพ และเรื่องยา/เวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร (People)

ด้านบุคลากร (People)	X	S.D.	ความพึงพอใจ
10.แพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรคและ แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ	3.97	.566	มาก
11.แพทย์มีอัธยาศัย ไมตรีและเอาใจใส่	3.97	.577	มาก
12.แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษา	4.01	.512	มาก
13. พยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล	3.92	.504	มาก
14. พยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอัธยาศัยไมตรี	3.82	.617	มาก
15. พยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน	3.78	.637	มาก
16.การดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ	3.83	.582	มาก
17.ท่านได้รับการอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา และสรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้ยา	3.80	.585	มาก
รวม	3.89	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ด้านบุคลากร (People) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 3.89 คืออยู่ในระดับมาก ทั้งในกลุ่มแพทย์ที่ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรค และ แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ การมีอخصยาศัย ไมตรีและเอาใจใส่รวมถึงความเชี่ยวชาญในการรักษาของแพทย์ ในกลุ่มพยาบาลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล , มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอخصยาศัย ไมตรี และการให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน ในกลุ่มเจ้าหน้าที่ทั่วไป มีความพึงพอใจในการดูแลและเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่เข้ารับบริการ ในระดับมาก และในกลุ่มเภสัชกรผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการได้รับการอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา สรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้น ได้จากการใช้ยาอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	X [—]	S.D.	ความพึงพอใจ
18.ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก จนชำระเงิน รับยากลับบ้าน	3.57	.652	มาก
19. ระยะเวลาในการรอรับการตรวจจากแพทย์	3.54	.678	มาก
20. กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ	3.64	.647	มาก
21.ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รับยา	3.47	.685	มาก
รวม	3.55	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 3.55 คืออยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่องความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก จนชำระเงิน รับยากลับบ้าน , ระยะเวลาในการรอรับการตรวจจากแพทย์ , กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ และ ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รับยา

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาด ด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
22. ท่านคิดว่าราคามีความเหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ	3.44	.656	มาก
23. ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจ รักษากับผลการรักษา	3.47	.658	มาก
รวม	3.45	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด
(7 Ps) ด้านราคา (Price) ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 3.45 คืออยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่อง
ความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษากับผลการรักษา

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่มีต่อส่วนประสม
การตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
24. การจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาล ต่างๆของโรงพยาบาล เช่น โปรแกรมวัน แม่ , โปรแกรมแบ่งเบา	3.43	.828	มาก
25. เอกสารประชาสัมพันธ์ภายใน โรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแล สุขภาพและการป้องกัน	3.42	.823	ปานกลาง
รวม	3.42	0.83	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตามปัจจัยส่วนประสม
การตลาด (7Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีคะแนนเฉลี่ย 3.42 คืออยู่ในระดับ
ปานกลาง แต่การส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของ
โรงพยาบาล เช่น โปรแกรมวันแม่ , โปรแกรมแบ่งเบา ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก
คือมีคะแนนเฉลี่ย 3.43 ส่วนในเรื่องการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลให้มีความ
น่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับ ความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน ผู้รับบริการมีความ
พึงพอใจในระดับปานกลางที่คะแนนเฉลี่ย 3.42

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) โดยมีสมมติฐานคือ คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

H_0 = คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

H_1 = คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

โดยผู้วิจัยเลือกใช้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ Method แบบ Enter เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ผลลัพธ์ดังนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิคำรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: PLACE1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.151	.023	.008	.614

a Predictors: (Constant), สิทธิคำรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.483	6	.581	1.542	.163
	Residual	149.063	396	.376		
	Total	152.546	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: PLACE1

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.247	.185		22.973	.000
	เพศ	-.133	.064	-.105	-2.076	.039
	อายุ	-3.635E-03	.034	-.006	-.107	.915
	อาชีพ	2.029E-03	.018	.006	.113	.910
	รายได้	-3.188E-02	.037	-.048	-.871	.384
	ที่อยู่	-2.503E-02	.014	-.088	-1.756	.080
	สิทธิค่ารักษา	-1.336E-02	.024	-.028	-.556	.579

a Dependent Variable: PLACE1

จากตารางที่ 4.9 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = 1.542 และค่า Sig. of F = .163 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการยกเว้นคุณลักษณะเรื่องเพศ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่ายกเว้นคุณลักษณะเรื่องเพศที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการยกเว้นคุณลักษณะเรื่องเพศไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และ

ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามารับบริการ ได้ จึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มี ต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของ โรงพยาบาลกรุงเทพระยองด้านสถานที่(Place) และลักษณะ ทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามารับบริการ

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการใน เรื่องเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทาง กายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามารับบริการ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	เพศ	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: PLACE1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.103	.011	.008	.614

a Predictors: (Constant), เพศ

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.610	1	1.610	4.278	.039
	Residual	150.936	401	.376		
	Total	152.546	402			

a Predictors: (Constant), เพศ

b Dependent Variable: PLACE1

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.084	.107		38.346	.000
เพศ	-.130	.063	-.103	-2.068	.039

a Dependent Variable: PLACE1

จากตารางที่ 4.10 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 4.278$ และค่า Sig. of $F = .039$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น คุณลักษณะเรื่องเพศของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ(Physical evidence)ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามารับบริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศสามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามารับบริการได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์ในขั้นตอนสุดท้ายคือ $Place\ 1 = 4.084 - .130\ \text{เพศ}$ จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพของด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามารับบริการ

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)ในเรื่องพื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: PLACE2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.127	.016	.001	.675

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.963	6	.494	1.083	.372
	Residual	180.550	396	.456		
Total		183.514	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: PLACE2

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.993	.203		19.624	.000
	เพศ	-9.864E-02	.071	-.071	-1.394	.164
	อายุ	1.236E-02	.037	.018	.331	.741
	อาชีพ	2.327E-02	.020	.061	1.179	.239
	รายได้	-3.665E-02	.040	-.050	-.910	.363
	ที่อยู่	-2.544E-02	.016	-.082	-1.622	.106
	สิทธิค่ารักษา	-7.507E-03	.026	-.015	-.284	.777

a Dependent Variable: PLACE2

จากตารางที่ 4.11 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.083$ และค่า Sig. of $F = .372$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มี

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องพื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องพื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องสภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: PLACE3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.115	.013	-.002	.582

a Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.807	6	.301	.890	.502
	Residual	133.945	396	.338		
	Total	135.752	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: PLACE3

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.247	.175		24.233	.000
	เพศ	-1.236E-02	.061	-.010	-.203	.839
	อายุ	-5.584E-02	.032	-.094	-1.737	.083
	อาชีพ	7.707E-03	.017	.024	.454	.650
	รายได้	-6.618E-04	.035	-.001	-.019	.985
	ที่อยู่	8.582E-04	.014	.003	.064	.949
	สิทธิการรักษา	-2.367E-02	.023	-.053	-1.039	.299

a Dependent Variable: PLACE3 การทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = .890 และค่า Sig. of F = .502 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และสิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องสภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องสภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม ได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: PLACE4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.075	.006	-.010	.555

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.682	6	.114	.369	.898
	Residual	121.899	396	.308		
	Total	122.581	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: PLACE4

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.151	.167		24.831	.000
	เพศ	-5.391E-03	.058	-.005	-.093	.926
	อายุ	-3.074E-02	.031	-.055	-1.002	.317
	อาชีพ	-3.198E-03	.016	-.010	-.197	.844
	รายได้	-9.539E-03	.033	-.016	-.288	.773
	ที่อยู่	4.683E-03	.013	.018	.363	.717
	สิทธิค่ารักษา	-1.549E-02	.022	-.037	-.713	.476

a Dependent Variable: PLACE4

จากตารางที่ 4.13 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = .369 และค่า Sig. of F = .898 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และสิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มี

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)ในเรื่องความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)ในเรื่องความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)ในเรื่องห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิ์การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: PLACE5

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.127	.016	.001	.722

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.368	6	.561	1.076	.376
	Residual	206.662	396	.522		
	Total	210.030	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: PLACES5

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.986	.218		18.314	.000
	เพศ	3.711E-02	.076	.025	.490	.624
	อายุ	1.446E-03	.040	.002	.036	.971
	อาชีพ	7.252E-03	.021	.018	.344	.731
	รายได้	-4.553E-02	.043	-.058	-1.057	.291
	ที่อยู่	5.389E-03	.017	.016	.321	.748
	สิทธิการรักษา	-5.174E-02	.028	-.094	-1.828	.068

a Dependent Variable: PLACES5

จากตารางที่ 4.14 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.076$ และค่า Sig. of $F = .376$ ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีความมากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย ได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องการบริการทางการแพทย์ครบวงจร

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Product 6

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.151	.023	.008	.612

a Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.472	6	.579	1.544	.163
	Residual	148.439	396	.375		
	Total	151.911	402			

a Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Product 6

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.229	.184		22.926	.000
	เพศ	-.118	.064	-.093	-1.834	.067
	อายุ	4.092E-02	.034	.065	1.209	.227
	อาชีพ	-2.092E-02	.018	-.060	-1.170	.243
	รายได้	-9.483E-03	.037	-.014	-.260	.795
	ที่อยู่	-5.548E-03	.014	-.020	-.390	.697
	สิทธิการรักษา	-3.598E-02	.024	-.077	-1.500	.134

a Dependent Variable: Product 6

จากตารางที่ 4.15 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.544$ และค่า Sig. of $F = .163$ ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องการบริการทางการแพทย์ครบวงจร

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีความมากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องการบริการทางการแพทย์ครบวงจรได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องเครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Product 7

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.104	.011	-.004	.607

a Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.603	6	.267	.725	.630
	Residual	146.000	396	.369		
	Total	147.603	402			

a Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Product 7

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.322	.183		23.622	.000
เพศ	-6.665E-02	.064	-.053	-1.048	.296
อายุ	-9.016E-04	.034	-.001	-.027	.979
อาชีพ	-1.640E-02	.018	-.048	-.925	.356
รายได้	1.679E-02	.036	.026	.464	.643
ที่อยู่	-1.164E-02	.014	-.042	-.825	.410
สิทธิการรักษา	-3.070E-02	.024	-.066	-1.291	.197

a Dependent Variable: Product 7

จากตารางที่ 4.16 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = .725 และค่า Sig. of F = .630 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และสิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องเครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องเครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องการตรวจรักษามีคุณภาพ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Product 8

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.112	.013	-.002	.602

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.837	6	.306	.844	.536
	Residual	143.612	396	.363		
Total		145.449	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Product 8

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.335	.181		23.893	.000
	เพศ	-7.725E-02	.063	-.062	-1.224	.222
	อายุ	-2.038E-02	.033	-.033	-.612	.541
	อาชีพ	-1.538E-02	.018	-.045	-.874	.382
	รายได้	3.337E-02	.036	.051	.929	.354
	ที่อยู่	2.618E-03	.014	.009	.187	.852
	สิทธิการรักษา	-3.752E-02	.024	-.082	-1.591	.112

a Dependent Variable: Product 8

จากตารางที่ 4.17 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = .844$ และ ค่า Sig. of $F = .536$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องการตรวจรักษามีคุณภาพ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องการตรวจรักษามีคุณภาพได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Product 9

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.150	.023	.008	.591

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.179	6	.530	1.516	.171
	Residual	137.381	393	.350		
	Total	140.560	399			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Product 9

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.340	.178		24.339	.000
	เพศ	-.131	.062	-.108	-2.112	.035
	อายุ	9.146E-03	.033	.015	.279	.780
	อาชีพ	-2.831E-02	.017	-.085	-1.636	.103
	รายได้	1.190E-02	.035	.019	.336	.737
	ที่อยู่	1.222E-03	.014	.004	.089	.929
	สิทธิค่ารักษา	-1.819E-02	.023	-.040	-.780	.436

a Dependent Variable: Product 9

จากตารางที่ 4.18 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = 1.516 และ ค่า Sig. of F = .171 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพคุณลักษณะเรื่องเพศ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่ายกเว้นคุณลักษณะเรื่องเพศที่มีค่า Sig. of t มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่อง อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะ

ส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของ
โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการใน
เรื่องเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและ
เวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	เพศ	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Product 9

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.120	.014	.012	.590

a Predictors: (Constant), เพศ

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.022	1	2.022	5.808	.016
	Residual	138.538	398	.348		
	Total	140.560	399			

a Predictors: (Constant), เพศ

b Dependent Variable: Product 9

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.297	.103		41.911	.000
เพศ	-.146	.061	-.120	-2.410	.016

a Dependent Variable: Product 9

จากตารางที่ 4.19 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 5.808$ และ ค่า Sig. of $F = .016$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศสามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $\text{Product 9} = 4.297 - 0.146 \text{ เพศ}$

จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรคและ แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People10

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.118	.014	-.001	.566

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.800	6	.300	.936	.469
	Residual	126.900	396	.320		
Total		128.700	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: People10

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.326	.171		25.360	.000
	เพศ	-5.627E-02	.059	-.048	-.948	.343
	อายุ	-3.129E-02	.031	-.054	-1.000	.318
	อาชีพ	-1.800E-02	.017	-.056	-1.088	.277
	รายได้	-1.479E-02	.034	-.024	-.438	.662
	ที่อยู่	6.456E-03	.013	.025	.491	.624
	สิทธิการรักษา	-2.973E-02	.022	-.069	-1.341	.181

a Dependent Variable: People10

จากตารางที่ 4.20 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = .936 และ ค่า Sig. of F = .469 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่อง

แพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับ โรคและ แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นทางการที่เข้าใจ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับ โรคและ แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นทางการที่เข้าใจได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์มีอัยาศัยไมตรีและเอาใจใส่

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People11

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.125	.016	.001	.577

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.082	6	.347	1.042	.398
	Residual	131.560	395	.333		
	Total	133.642	401			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: People11

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.290	.174		24.667	.000
	เพศ	-3.700E-02	.061	-.031	-.611	.542
	อายุ	-4.174E-02	.032	-.071	-1.308	.192
	อาชีพ	-1.099E-02	.017	-.034	-.652	.515
	รายได้	-4.536E-02	.035	-.072	-1.311	.191
	ที่อยู่	3.671E-03	.013	.014	.274	.784
	สิทธิการรักษา	4.499E-03	.023	.010	.198	.843

a Dependent Variable: People11

จากตารางที่ 4.21 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.042$ และค่า Sig. of $F = .398$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์มีอัยราชัย ไมตรีและเอาใจใส่

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์มีอัยราชัย ไมตรีและเอาใจใส่ได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษา

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิ์การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People12

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.131	.017	.002	.511

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.790	6	.298	1.143	.337
	Residual	103.147	395	.261		
	Total	104.938	401			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: People12

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.329	.154		28.112	.000
เพศ	-8.518E-02	.054	-.081	-1.589	.113
อายุ	-4.606E-02	.028	-.088	-1.628	.104
อาชีพ	1.093E-03	.015	.004	.073	.942
รายได้	5.450E-03	.030	.010	.179	.858
ที่อยู่	1.285E-02	.012	.054	1.082	.280
สิทธิการรักษา	-1.729E-02	.020	-.044	-.862	.389

a Dependent Variable: People12

จากตารางที่ 4.22 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.143$ และ ค่า Sig. of $F = .337$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษา

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในโรงพยาบาลมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิ์การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People13

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.120	.014	-.001	.504

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.464	6	.244	.962	.451
	Residual	99.982	394	.254		
	Total	101.446	400			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: People13

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.212	.152		27.711	.000
เพศ	-.112	.053	-.109	-2.125	.034
อายุ	-2.946E-02	.028	-.057	-1.055	.292
อาชีพ	1.959E-03	.015	.007	.133	.894
รายได้	8.967E-03	.030	.016	.298	.766
ที่อยู่	1.632E-03	.012	.007	.139	.889
สิทธิการรักษา	-8.918E-03	.020	-.023	-.450	.653

a Dependent Variable: People13

จากตารางที่ 4.23 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = .962$ และ ค่า Sig. of $F = .451$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ยกเว้นคุณลักษณะเรื่องเพศ ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องอายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาลได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลเรื่องเพศของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	เพศ	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People13

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.104	.011	.008	.501

a Predictors: (Constant), เพศ

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.102	1	1.102	4.380	.037
	Residual	100.345	399	.251		
	Total	101.446	400			

a Predictors: (Constant), เพศ

b Dependent Variable: People13

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.095	.087		47.005	.000
	เพศ	-.108	.052	-.104	-2.093	.037

a Dependent Variable: People13

จากตารางที่ 4.24 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 4.380$ และค่า Sig. of $F = .037$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศสามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาลได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $People13 = 4.095 - 0.108$ เพศ

จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ มีอัยยาศัยไมตรี

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิคำปรึกษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People14

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.153	.023	.009	.615

a Predictors: (Constant), คำปรึกษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.589	6	.598	1.584	.150
	Residual	149.547	396	.378		
	Total	153.136	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: People14

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.147	.185		22.398	.000
	เพศ	-.136	.064	-.107	-2.118	.059
	อายุ	-1.220E-02	.034	-.019	-.359	.720
	อาชีพ	2.265E-02	.018	.065	1.262	.208
	รายได้	-5.504E-02	.037	-.082	-1.502	.134
	ที่อยู่	-1.408E-02	.014	-.049	-.986	.325
	สิทธิค่ารักษา	4.677E-03	.024	.010	.194	.846

a Dependent Variable: People14

จากตารางที่ 4.25 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.584$ และ ค่า Sig. of $F = .150$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอัธยาศัยไมตรี

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอัธยาศัยไมตรีได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในโรงพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: People15

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.165	.027	.012	.633

a. Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.415	6	.736	1.838	.091
	Residual	157.335	393	.400		
	Total	161.750	399			

a. Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b. Dependent Variable: People15

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.022	.191		21.067	.000
เพศ	-.145	.066	-.111	-2.175	.030
อายุ	2.315E-02	.035	.036	.660	.510
อาชีพ	2.913E-02	.019	.081	1.572	.117
รายได้	-7.581E-02	.038	-.110	-2.006	.045
ที่อยู่	-1.524E-02	.015	-.052	-1.035	.301
สิทธิการรักษา	-3.872E-03	.025	-.008	-.155	.877

a Dependent Variable: People15

จากตารางที่ 4.26 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.838$ และค่า Sig. of $F = .091$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น อายุ, อาชีพ, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศและรายได้ของครอบครัว ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องอายุ, อาชีพ, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้านได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศและรายได้ของครอบครัว กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในโรงพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	เพศ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People15

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.134	.018	.013	.633

a Predictors: (Constant), เพศ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.926	2	1.463	3.656	.027
	Residual	158.824	397	.400		
	Total	161.750	399			

a Predictors: (Constant), เพศ, รายได้

b Dependent Variable: People15

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.112	.131		31.295	.000
	เพศ	-.129	.065	-.099	-1.981	.048
	รายได้	-6.729E-02	.034	-.098	-1.965	.050

a Dependent Variable: People15

จากตารางที่ 4.27 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 3.656$ และ ค่า Sig. of $F = .027$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น เพศ และ รายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่าน้อยกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ และ รายได้ครอบครัว สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้านได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ

$$\text{People15} = 4.112 - 0.129 \text{ เพศ} - 6.729\text{E-}02 \text{ รายได้ครอบครัว}$$

จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ และ รายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องการดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People16

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.104	.011	-.004	.583

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.478	6	.246	.724	.630
	Residual	134.355	395	.340		
	Total	135.833	401			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: People16

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.031	.176		22.931	.000
	เพศ	-8.348E-02	.061	-.070	-1.365	.173
	อายุ	-2.280E-02	.032	-.038	-.706	.481
	อาชีพ	1.727E-02	.017	.053	1.013	.312
	รายได้	-2.902E-02	.035	-.046	-.834	.405
	ที่อยู่	5.157E-03	.014	.019	.380	.704
	สิทธิค่ารักษา	7.668E-03	.023	.017	.335	.738

a Dependent Variable: People16

จากตารางที่ 4.28 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = .724 และ ค่า Sig. of F = .630 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่อง การดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องการดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่

ท่านเข้ารับบริการได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพของ

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องการอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา และ สรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้ยา

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	/	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: People17

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.130	.017	.002	.585

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.257	6	.376	1.100	.361
	Residual	131.618	385	.342		
	Total	133.875	391			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: People17

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.134	.178		23.180	.000
เพศ	-8.916E-02	.062	-.074	-1.439	.151
อายุ	-2.576E-02	.033	-.043	-.792	.429
อาชีพ	7.795E-03	.017	.024	.453	.651
รายได้	-4.503E-02	.035	-.071	-1.273	.204
ที่อยู่	9.947E-03	.014	.037	.729	.466
สิทธิการรักษา	-1.794E-02	.023	-.040	-.768	.443

a. Dependent Variable: People17

จากตารางที่ 4.29 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.100$ และค่า Sig. of $F = .361$ ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องการอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา และ สรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้ยา

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีความมากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องการอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา และ สรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้ยาได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความสะดวกเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงินและรับยากลับบ้าน

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Process18

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.196	.038	.024	.644

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.573	6	1.096	2.638	.016
	Residual	164.434	396	.415		
	Total	171.007	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Process18

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.080	.194		21.011	.000
เพศ	-.126	.068	-.094	-1.864	.063
อายุ	-5.132E-02	.036	-.077	-1.440	.151
อาชีพ	2.102E-02	.019	.057	1.117	.265
รายได้	-7.008E-02	.038	-.099	-1.823	.069
ที่อยู่	1.826E-02	.015	.061	1.220	.223
สิทธิการรักษา	-3.189E-02	.025	-.064	-1.263	.207

a Dependent Variable: Process18

จากตารางที่ 4.30 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 2.638$ และค่า Sig. of $F = .016$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงิน และรับยากลับบ้านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงิน และรับยากลับบ้านได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องกระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Process19

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.196	.038	.024	.644

a Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.573	6	1.096	2.638	.016
	Residual	164.434	396	.415		
	Total	171.007	402			

a Predictors: (Constant), การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Process19

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.080	.194		21.011	.000
เพศ	-.126	.068	-.094	-1.864	.063
อายุ	-5.132E-02	.036	-.077	-1.440	.151
อาชีพ	2.102E-02	.019	.057	1.117	.265
รายได้	-7.008E-02	.038	-.099	-1.823	.069
ที่อยู่	1.826E-02	.015	.061	1.220	.223
สิทธิการรักษา	-3.189E-02	.025	-.064	-1.263	.207

a. Dependent Variable: Process19

จากตารางที่ 4.31 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 2.638$ และค่า Sig. of $F = .016$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องกระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องกระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิ์การรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Process20

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.145	.021	.006	.645

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.463	6	.577	1.387	.219
	Residual	160.664	386	.416		
	Total	164.127	392			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Process20

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.010	.196		20.443	.000
เพศ	-.116	.068	-.088	-1.705	.089
อายุ	-3.212E-02	.036	-.049	-.894	.372
อาชีพ	2.326E-02	.019	.064	1.227	.221
รายได้	-3.138E-02	.039	-.045	-.812	.417
ที่อยู่	7.294E-03	.015	.025	.484	.629
สิทธิการรักษา	-3.112E-02	.026	-.063	-1.215	.225

a Dependent Variable: Process20

จากตารางที่ 4.32 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.387$ และค่า Sig. of $F = .219$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์ได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รัชยา

Variables Entered/Removed			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Process21

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.189	.036	.021	.678

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.588	6	1.098	2.392	.028
	Residual	177.199	386	.459		
	Total	183.786	392			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Process21

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.073	.206		19.756	.000
เพศ	-.101	.072	-.072	-1.413	.158
อายุ	-7.115E-02	.038	-.102	-1.888	.060
อาชีพ	1.414E-02	.020	.037	.710	.478
รายได้	-5.708E-02	.041	-.077	-1.405	.161
ที่อยู่	3.309E-03	.016	.011	.209	.834
สิทธิการรักษา	-4.242E-02	.027	-.081	-1.579	.115

a Dependent Variable: Process21

จากตารางที่ 4.33 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 2.392$ และค่า Sig. of $F = .028$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รักษา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รักษาได้

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่องราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ

Variables Entered/Removed			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Price22

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.135	.018	.003	.655

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.160	6	.527	1.227	.291
	Residual	169.977	396	.429		
Total		173.136	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Price22

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.710	.197		18.794	.000
	เพศ	-4.529E-03	.069	-.003	-.066	.947
	อายุ	-1.679E-02	.036	-.025	-.463	.643
	อาชีพ	-2.924E-02	.019	-.079	-1.528	.127
	รายได้	-3.588E-02	.039	-.050	-.918	.359
	ที่อยู่	-2.330E-02	.015	-.077	-1.531	.127
	สิทธิค่ารักษา	1.438E-03	.026	.003	.056	.955

a Dependent Variable: Price22 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า F = 1.227 และค่า Sig. of F = .291 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้, ที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่อง ราคา มีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ ทัศนคติคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่องราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่องความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษากับผลการรักษา

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ทัศนคักรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Price23

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.119	.014	-.001	.659

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.459	6	.410	.944	.463
	Residual	171.839	396	.434		
	Total	174.298	402			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Price23

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.810	.198		19.195	.000
เพศ	-7.560E-02	.069	-.056	-1.095	.274
อายุ	-3.600E-02	.036	-.054	-.988	.324
อาชีพ	-5.511E-03	.019	-.015	-.286	.775
รายได้	-2.759E-02	.039	-.039	-.702	.483
ที่อยู่	-1.785E-02	.015	-.059	-1.167	.244
สิทธิการรักษา	1.016E-02	.026	.020	.394	.694

a Dependent Variable: Price23

จากตารางที่ 4.35 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = .944$ และ ค่า Sig. of $F = .463$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่องความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษากับผลการรักษา

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่า ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในเรื่องความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษากับผลการรักษาได้ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัดโปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาล

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Promote24

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.191	.037	.021	.819

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.561	6	1.594	2.376	.029
	Residual	252.214	376	.671		
	Total	261.775	382			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Promote24

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.704	.252		14.704	.000
	เพศ	-.115	.088	-.067	-1.307	.192
	อายุ	2.304E-02	.046	.027	.500	.617
	อาชีพ	2.890E-02	.025	.062	1.175	.241
	รายได้	-.143	.050	-.157	-2.836	.005
	ที่อยู่	-3.356E-02	.020	-.086	-1.689	.092
	สิทธิการรักษา	3.127E-02	.033	.049	.939	.348

a Dependent Variable: Promote24

จากตารางที่ 4.36 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 2.376$ และค่า Sig. of $F = .029$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาล

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่ายกเว้นเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการ ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาลได้ ยกเว้นเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการที่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ

$Promote24 = 3.704 - .143$ รายได้ครอบครัว จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆได้

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	สิทธิการรักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Promote25

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.170	.029	.013	.818

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.491	6	1.249	1.867	.086
	Residual	251.501	376	.669		
	Total	258.992	382			

a Predictors: (Constant), ค่ารักษา, ที่อยู่, อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้

b Dependent Variable: Promote25

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.593	.252		14.285	.000
	เพศ	-5.607E-02	.088	-.033	-.640	.522
	อายุ	2.015E-02	.046	.024	.438	.662
	อาชีพ	2.710E-02	.025	.058	1.103	.271
	รายได้	-.121	.050	-.134	-2.406	.017
	ที่อยู่	-3.665E-02	.020	-.095	-1.847	.066
	สิทธิการรักษา	2.521E-02	.033	.040	.758	.449

a Dependent Variable: Promote25

จากตารางที่ 4.37 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 1.867$ และค่า Sig. of $F = .086$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นเพศ, อายุ, อาชีพ, แหล่งที่อยู่ และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล ที่เป็นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกันยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการ

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่ามากกว่า 0.05 ทุกค่ายกเว้นเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการ ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องรายได้ครอบคลุมกับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	รายได้		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Promote25

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.123	.015	.012	.818

a Predictors: (Constant), รายได้

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.893	1	3.893	5.814	.016
	Residual	255.099	381	.670		
	Total	258.992	382			

a Predictors: (Constant), รายได้

b Dependent Variable: Promote25

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.623	.096		37.785	.000
	รายได้	-.111	.046	-.123	-2.411	.016

a Dependent Variable: Promote25

จากตารางที่ 4.38 พบว่าการทดสอบนัยสำคัญของค่า R Square ได้ค่า $F = 5.814$ และค่า Sig. of $F = .016$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตาราง Coefficients พบว่าค่า Sig. of t มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการสามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกันได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ

$$\text{Promote}_{25} = 3.623 - .111 \text{ รายได้ครอบครัว}$$

จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการกลับมาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ

การกลับมาใช้บริการกับ โรงพยาบาลกรุงเทพฯของ	Frequency	Percent
กลับมาใช้บริการอีก	378	93.8
ไม่แน่ใจ	24	6.0
ไม่ตอบ	1	.2
Total	403	100

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้รับบริการจะกลับมาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯของจำนวน 378 คน คิดเป็น 93.8% ผู้รับบริการไม่แน่ใจในการกลับมาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ จำนวน 24 คน คิดเป็น 6% และ ไม่ตอบแบบสอบถามในข้อนี้จำนวน 1 คน คิดเป็น 0.2%

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการแนะนำผู้อื่นให้มาใช้
บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ

การแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ	Frequency	Percent
แนะนำ	373	92.6
ไม่แน่ใจ	26	6.5
ไม่แนะนำ	3	.7
ไม่ตอบ	1	.2
Total	403	100

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้รับบริการจะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาล
กรุงเทพฯของ จำนวน 373 คน คิดเป็น 92.6% แต่ยังมีผู้รับบริการจำนวน 26 คนที่ไม่แน่ใจว่าจะ
แนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯของหรือไม่ และที่ตอบว่า ไม่แนะนำ มี
จำนวน 3 คน

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง สรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มาใช้บริการโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

1.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด(7Ps)ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps)ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

1.4 เพื่อศึกษาถึงปัญหาและ อุปสรรคในการให้บริการของ โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

2. สมมติฐานการวิจัย

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกสัมพันธ์กับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps)ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

3. ประชากรและขนาดตัวอย่างประชากร (Population and Sample size)

การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง ผู้วิจัยได้ศึกษากับประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้มารับบริการที่เข้ามาตรวจรักษาในแผนกผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลกรุงเทพระยองในเดือนสิงหาคม 2552 จำนวนผู้รับบริการผู้ป่วยนอกทั้งหมด 23,800 คน

ขนาดตัวอย่างประชากร (Sample size) ขนาดตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย กำหนดจากตารางของYamane ที่ความเชื่อมั่น 95% กำหนดขนาดตัวอย่าง ที่ 394 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างของประชากรที่ใช้เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามในแต่ละแผนกของผู้ป่วยนอกได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เคยมีผู้ศึกษาไว้ และนำมาปรับปรุงให้สอดคล้องกับงานบริการของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้รับบริการ หรือ ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, ที่อยู่, ผู้รับผิดชอบจ่ายค่ารักษาพยาบาล หรือสิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล โดยคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ(Check list) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาล กรุงเทพมหานครและที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps)ในโรงพยาบาลกรุงเทพมหานครโดยแบ่งคำถาม ออกเป็น 6 ด้าน รวม 25 ข้อ คือ (1) ด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ จำนวน 5 ข้อ (2)ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อ (3) ด้านบุคคลากร จำนวน 8 ข้อ (4) ด้านกระบวนการ จำนวน 4 ข้อ (5) ด้านราคา จำนวน 2 ข้อ (6) ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 2 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย พึงพอใจน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ป่วยที่มารับบริการผู้ป่วยนอก ในโรงพยาบาล กรุงเทพมหานคร โดยขออนุญาตเก็บข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจผู้ป่วยนอกจาก นายแพทย์ ประยุทธ์ สมประกิจ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลกรุงเทพมหานครเพื่อขออำนาจความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5.การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

6.สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของโรงพยาบาลกรุงเทพมหานคร สรุปผลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มาใช้บริการโรงพยาบาลกรุงเทพมหานคร พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62 อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.2 อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 57.3 มีรายได้ครอบครัวอยู่ระหว่าง 10,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.4 เขตพักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 62.3 และในเรื่องผู้รับผิดชอบจ่ายค่ารักษาพยาบาลหรือสิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาลส่วนใหญ่จ่ายเงินเองคิดเป็นร้อยละ 37.2

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง พบว่า

จากการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ในด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence), ด้านบริการทางการแพทย์ (Product), ด้านบุคลากร (People), ด้านกระบวนการให้บริการ (Process), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านราคา (Price) สรุปผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการผู้ป่วยนอกมีระดับความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกกับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) โดยมีสมมติฐานคือ คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกสัมพันธ์กับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง โดยมีผลลัพธ์สรุปได้ดังนี้

1) ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องอายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่ และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ, พื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย, สภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม, ความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึง เรื่อง ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัยจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลเรื่องเพศของผู้รับบริการที่พบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสามารถทำนายระดับความพึงพอใจได้ โดยมีสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $Place\ 1 = 4.084 - .130\ เพศ$ จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) เรื่องคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด(7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยองด้านสถานที่(Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ

2) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องอายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่ และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสม

การตลาดด้านบริการทางการแพทย์(Products)ในเรื่องการบริการทางการแพทย์ครบวงจร, เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ, การตรวจรักษามีคุณภาพ, ยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศพบว่ามี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามี ประสิทธิภาพอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสามารถทำนายระดับความพึงพอใจโดยสมการ ถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $Product\ 9 = 4.297 - 0.146$ เพศ จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามี ประสิทธิภาพ

3) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องอายุ, อาชีพ, แหล่งที่อยู่ และ สิทธิ คຸ້ມครองค้ำรักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้าน บุคลากร(People)ในเรื่องแพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรคและ แจ้จ แนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ, แพทย์มีอธยาศัย ไมตรีและเอาใจใส่, แพทย์มีความเชี่ยวชาญใน การรักษา, พยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล, พยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอธยาศัยไมตรี, พยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน, การดูแล และเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ, การอธิบาย เกี่ยวกับการใช้ยา และ สรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ จากการใช้ยา ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศที่พบมีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสามารถทำนายระดับความ พึงพอใจได้ดังสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $People13 = 4.095 - 0.108$ เพศ และยังพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศ และ รายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้านอย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ 0.05 และสามารถทำนายระดับความพึงพอใจได้ดังสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $People15 = 4.112 - 0.129$ เพศ $-6.729E-02$ รายได้ครอบครัว จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการในเรื่องเพศ และ รายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการ ให้การพยาบาล

4) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ ครอบครัว,แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคຸ້ມครองค้ำรักษาพยาบาล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อ

ส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ(Process)ในเรื่องความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงิน และรับยากลับบ้าน, กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ, ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รับยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่ไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจได้ และคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่อง เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในเรื่องความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์

5) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา(Price) ในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และเรื่องความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษา กับผลการรักษา

6) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)ในเรื่องการจัดโปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาล แต่ไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัดโปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาลได้ ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการที่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ0.05 โดยมีสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $Promote24 = 3.704 - .143$ รายได้ครอบครัว

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)ในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน สามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความ

น่าสนใจ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกันได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $Promote_{25} = 3.623 - .111$ รายได้ครอบครัว

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของโรงพยาบาลกรุงเทพฯของ

จากข้อมูลการตอบแบบสอบถามในเรื่องการกลับมาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยอง มีผู้ตอบแบบสอบถามว่าจะกลับมาใช้บริการ 93.8% แต่ยังมีผู้รับบริการจำนวน 24 คนที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยองหรือไม่ ถือว่าเป็นประเด็นปัญหาที่โรงพยาบาลควรพิจารณาหาข้อมูลเพิ่มเติม ในเรื่องปัญหาที่พบ ในการให้บริการ เพื่อนำมาจัดการแก้ไข ให้ผู้รับบริการมีความมั่นใจ ในการเข้ามาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยอง ต่อไป

ส่วนข้อมูลในการตอบแบบสอบถามในเรื่องการแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยอง ผู้รับบริการจะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยอง 92.6% แต่ยังมีผู้รับบริการจำนวน 26 คนที่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยองหรือไม่ และที่ตอบว่า ไม่แนะนำ มีจำนวน 3 คน ถือว่าเป็นประเด็นปัญหาที่โรงพยาบาลควรพิจารณาหาข้อมูลเพิ่มเติมว่าประเด็นสำคัญในการไม่พึงพอใจที่จะไม่แนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยอง คือเรื่องใด เพื่อนำมาจัดการแก้ไขให้ผู้รับบริการมีความมั่นใจในการแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยองต่อไป

7. การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยอง ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปรายดังนี้

ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯระยองจากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการผู้ป่วยนอก มีความพึงพอใจ ในส่วนประสมการตลาดที่โรงพยาบาลจัดให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่า การส่งเสริมการตลาดในด้านเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาล ที่จัดให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ และการป้องกัน ยังไม่สามารถทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจในระดับมากได้ อาจเนื่องจากการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ยังไม่จูงใจ และการจัดสถานที่นำเสนอยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ แต่ในขณะเดียวกันการจัด Promotion ให้ส่วนลดราคาในการเข้ารับบริการในเทศกาลต่างๆที่จัดขึ้น เช่น โปรแกรมตรวจสุขภาพสำหรับสุภาพสตรี ในเทศกาลวันแม่ ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในระดับมาก

ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพฯ พบว่า

ด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ผู้วิจัยทำการศึกษาในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ, พื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย, สภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม, เรื่องความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกและห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องอายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่ และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ (Place) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลเรื่องเพศของผู้รับบริการที่พบว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสามารถทำนายระดับความพึงพอใจได้ โดยมีสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ

Place 1 = 4.084 - .130 เพศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเพนชานสกีร์และโทมัส (Penchansky and Thomas) ซึ่งได้ให้แนวคิดทั่วไปถึงลักษณะการเข้าถึงหรือการใช้บริการในระบบบริการสุขภาพที่เหมาะสมระหว่างผู้ป่วยและระบบของการบริการสุขภาพในเรื่อง การเข้าถึงแหล่งบริการคือความสามารถที่จะใช้แหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้งของแหล่งบริการและการเดินทางของผู้ใช้บริการ ความเหมาะสมและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการได้แก่แหล่งบริการที่ผู้ป่วยยอมรับว่าให้ความสะดวกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อไปใช้บริการ

ด้านบริการทางการแพทย์ (Product) ผู้วิจัยทำการศึกษาในเรื่องการบริการทางการแพทย์ครบวงจร, เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ, การตรวจรักษามีคุณภาพและเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องอายุ, อาชีพ, รายได้ของครอบครัว, แหล่งที่อยู่ และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบริการทางการแพทย์ (Products) ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลเรื่องเพศที่พบว่ามีสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการในเรื่องยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสามารถทำนายระดับความพึงพอใจโดยสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ

Product 9 = 4.297 - 0.146 เพศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอเดย์และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen) ได้ชี้พื้นฐาน 6 ประการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการหนึ่งนั้นคือเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการรักษาพยาบาล (Quality of care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแลรักษาทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับ

ด้านบุคลากร (People) ผู้วิจัยทำการศึกษาในเรื่อง แพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรคและ แจ้งแนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ, แพทย์มีอัธยาศัย ไมตรีและเอาใจใส่, แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษา, พยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล, พยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอัธยาศัยไมตรี, พยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน, การดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ, การอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา และ สรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้ยา พบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร(People) ยกเว้นคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศที่พบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสามารถทำนายระดับความพึงพอใจได้ดังสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $People13 = 4.095 - 0.108$ เพศ และยังพบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่องเพศ และ รายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องพยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ สามารถทำนายระดับความพึงพอใจได้ดังสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $People15 = 4.112 - 0.129$ เพศ $-6.729E-02$ รายได้ครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen) ได้ชี้พื้นฐาน 6 ประการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการหนึ่งนั้น คือเรื่อง ความพึงพอใจต่อข้อมูลทางการแพทย์ที่ได้รับจากการให้บริการ (Medical information) และสอดคล้องกับแนวคิดของพอร์เลทท์ (Pollert) กล่าวว่าผู้ป่วยที่เข้ามาใช้บริการจากสถานพยาบาล นั้น ส่วนใหญ่ต้องการทราบเกี่ยวกับอาการ ขั้นตอนของการรักษา และความมีอัธยาศัยที่ดีจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รวมถึงการศึกษาวิจัยของชาย โพธิ์ลีตา และอัมพร เจริญชัย ได้กล่าวถึงความคาดหวังของประชาชนต่อสถานพยาบาลคือ การอยากพบแพทย์ และเจ้าหน้าที่ซึ่งมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้วิจัยทำการศึกษาในเรื่อง ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงิน และรับยากลับบ้าน, ความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์, กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ, ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รับยา พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ (Process) ในเรื่องความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงิน และรับยากลับบ้าน, กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่

เข้าใจ, ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน ปรึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่ไม่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจได้ และคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการเรื่อง เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการในเรื่องความรวดเร็วในการรอรับการตรวจจากแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Vincent K. Omachonu & Joel E. Ross ที่กล่าวถึงประเด็นสำคัญของการแข่งขันทางบริการ ระบุว่า การให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งคือปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จ คุณลักษณะที่โดดเด่นของการบริการที่มีคุณภาพข้อหนึ่ง คือกระบวนการให้บริการและความพร้อมในการบริการและสอดคล้องกับแนวคิดของอเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen) ได้ชี้พื้นฐาน 6 ประการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการหนึ่งนั้น คือเรื่องความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience)

ด้านราคา (Price) ผู้วิจัยทำการศึกษาในเรื่อง ราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ, ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษากับผลการรักษา พบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา (Price)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้วิจัยทำการศึกษาในเรื่อง การจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาลและเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน พบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ครอบครัว, แหล่งที่อยู่, และ สิทธิคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาล และสามารถทำนายระดับความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัด โปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ $Promote24 = 3.704 \cdot 143$ รายได้ครอบครัว

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกเรื่องรายได้ครอบครัวของผู้รับบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน สามารถทำนายระดับความพึงพอใจในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ในการดูแลสุขภาพ

และการป้องกันได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้พยากรณ์คือ Promote25 = 3.623 -.111 รายได้ครอบครัว

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการผู้ป่วยนอกมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยองอยู่ในระดับมาก แต่มีด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเรื่องเอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาล ที่จัดให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพ และการป้องกันอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นคณะผู้บริหาร โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง ควรได้พิจารณาความเหมาะสมของสื่อต่างๆที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาล ที่จัดให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน รวมถึงการประชาสัมพันธ์การรักษาพยาบาลที่มีอยู่ในโรงพยาบาล เพื่อให้ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับการบริการที่มีให้ เพื่อให้โรงพยาบาลกรุงเทพระยองมีโอกาสมุ่งเพิ่มจำนวนผู้รับบริการต่อไป และจากการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) คณะผู้บริหาร โรงพยาบาลกรุงเทพระยองสามารถนำประเด็นต่างๆที่พบว่ามี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) เช่น ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ, ยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ, เรื่องพยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล, พยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน, ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการตั้งแต่ ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก การตรวจรักษา ตลอดจนการชำระเงิน และรับยากลับบ้าน, กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ, ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รับยาและการจัดโปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆของโรงพยาบาล มาวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินการ เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน และ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการเพิ่มขึ้นต่อไป

9. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7 Ps) ของโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเฉพาะส่วนบริการผู้ป่วยนอกเท่านั้น ดังนั้นโรงพยาบาลควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนงานอื่นๆของโรงพยาบาลที่จัดให้บริการทางการแพทย์ เพื่อให้เกิดความครอบคลุมในทุกด้านของการให้บริการ และเพื่อที่จะได้นำประเด็นที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการวางแผนงานต่อไปได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ

2) การออกแบบเครื่องมือในการสำรวจความพึงพอใจ ถ้าต้องการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ ควรพิจารณาออกแบบเครื่องมือที่ใช้ให้ง่ายต่อการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ตรงประเด็นที่ต้องการศึกษาและให้เกิดความหลากหลายในการตอบแบบสอบถาม และนำประเด็นปัญหา อุปสรรคมาจัดการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกอร จิระสวัสดิ์พงศ์, “ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการทางการแพทย์ของ
โรงพยาบาลสมิติเวชศรีราชา” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสุโขทัยนครราชสีมา, 2546
- ชัยสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ, คร., *สถิติเพื่อผู้บริหาร*, พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร บริษัทธีระฟิล์ม
และโซเท็กซ์จำกัด, 2544 ;31
- ชาย โพลิตา และ อัมพร เจริญชัย “โรงพยาบาลในทัศนะของชาวบ้าน” *สังคมศาสตร์การแพทย์*
1(4) (กรกฎาคม – กันยายน 2521)
- ฉกัญญา สุวรรณมณี, “ศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ป่วยต่อพฤติกรรมบริการของพยาบาลใน
โรงพยาบาลทั่วไปในเขตภาคใต้ที่ผ่านการรับรองคุณภาพและยังไม่ผ่านการรับรอง
คุณภาพ” วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต (การพยาบาลผู้ใหญ่)
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2547
- มณีรัตน์ แก้วแสนสาย, “ศึกษาการนำเสนอแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมบริการของเจ้าหน้าที่
โรงพยาบาลเอกชน กรณีศึกษาโรงพยาบาลรัตนเวช (เด็ก) พิษณุโลก” ศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลย์สงคราม พิษณุโลก, 2550
- ไพโรพนา ศรีเสน, “ศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพการบริการในงานผู้ป่วยนอก
โรงพยาบาลศิริราช” ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหาร, 2544
- วัฒนา สุนทรชัย, ผศ., “เรียนสถิติด้วย SPSS ภาคสถิติอิงพารามิเตอร์” กรุงเทพมหานคร บริษัท
วิทย์พัฒน์ จำกัด, 2542
- ศศิธร เลิศล้ำ, “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาล
สมิติเวช สุขุมวิท” สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครี
นทรวิโรฒ, 2550 สมศิริ สายภัทรานุสรณ์, “ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยห้อง
อุบัติเหตุและฉุกเฉิน ต่อผลของใช้โปรแกรมพัฒนาพฤติกรรมบริการพยาบาล ของ
พยาบาลวิชาชีพ” วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการพยาบาล
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

- ศิริดวงนภา เกตุวิชิต , “ **ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก
โรงพยาบาลลำปาง**” ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 2550
- สุวิธาน มนแพวงศานนท์, “ **วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS for Windows**” กรุงเทพมหานคร
บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด(มหาชน), 2547
- องอาจ ปทะวานิช, ผศ., ศุภร เสรีรัตน์, รศ., ปริญญ์ ลักขิตานนท์, คร., ศิริวรรณ เสรีรัตน์, รศ., **การบริหาร
การตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงปี 46**, กรุงเทพมหานคร บริษัทธรรมสารจำกัด, 2546
- Chang-Yung Liu , ***Total Customer Satisfaction service system and its Best Practices in
Customer Satisfaction in the Service Sector by Asian Productivity Organization***
, 2000
- Richard Metters , Kathryn King-metters , Madeleine Pullman , Steve Walton (2006 , p 180)
Successful Service Operations Management 2e, Thomson south-western , USA ,
2006
- Vincent K. Omachonu & Joel E. Ross (2004 , p 87) ***Principles of Total Quality Third Edition*** ,
CRC Press LLC , USA., 2004
- Zuckerman, S. , ***Basic Principles in agricultural extention. Ministry of Agricultural Extention
service*** , State of Isarael , 1973

ภาคผนวก
(แบบสอบถาม)

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการในโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง

เนื่องด้วยโรงพยาบาลกรุงเทพระยอง มีความประสงค์ที่จะปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในโรงพยาบาลให้มีประสิทธิภาพ มากขึ้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากผู้รับบริการทุกท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามนี้ตรงตามความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่าน ข้อมูลดังกล่าวไม่มีผลใดๆต่อการรับบริการของท่านแต่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการบริการของรพ. เพื่อให้สามารถให้บริการได้เป็นที่พึงพอใจมากขึ้น

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้รับบริการ / ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการในโรงพยาบาล

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง หน้าข้อความตามที่เป็นจริง

แผนก / คลินิก ที่มาใช้บริการตรวจรักษา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> แผนกอายุรกรรม | <input type="checkbox"/> ศัลยกรรมทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> ศัลยกรรมกระดูกและข้อ | <input type="checkbox"/> แผนกส่งเสริมสุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> แผนกอุบัติเหตุและฉุกเฉิน | <input type="checkbox"/> ศูนย์กุมารเวช |
| <input type="checkbox"/> ศูนย์สุขภาพสตรี | <input type="checkbox"/> ศูนย์โรคหัวใจ |
| <input type="checkbox"/> แผนกตา หู คอ จมูก | <input type="checkbox"/> ศูนย์ความงามและผิวพรรณ |
| <input type="checkbox"/> ศูนย์ทันตกรรม | <input type="checkbox"/> ศูนย์สมอง |
| <input type="checkbox"/> แผนกกายภาพบำบัด | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ..... |

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ ปี

3. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกรรม | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> นักท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> เกษียณอายุ | <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ..... | |

4. รายได้ของครอบครัว

- 10,000 – 30,000 บาท 30,001-50,000 บาท
 50,001- 80,000 บาท 80,001 บาทขึ้นไป

5. ที่อยู่

- อำเภอเมือง อำเภอบ้านฉาง อำเภอวังจันทร์
 อำเภอบ้านค่าย อำเภอแกลง อำเภอปลวกแดง
 อำเภอนิคมพัฒนา อำเภอเขาชะเมา อำเภอสตึกหีบ
อำเภออื่นๆ ระบุ.....จังหวัดอื่น ๆ ระบุ.....

6. ผู้รับผิดชอบจ่ายค่ารักษาพยาบาล หรือสิทธิคุ้มครองการรักษาพยาบาล

- จ่ายเงินเอง สวัสดิการข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 สวัสดิการบริษัท บริษัทประกันชีวิต
 ใช้สิทธิคุ้มครองมากกว่า 1 รายการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการในโรงพยาบาลกรุงเทพฯ ระยอง

โปรดอ่านข้อความแต่ละข้อให้เข้าใจแล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างหลังข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

มากที่สุดหมายถึงท่านมีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับในระดับมากที่สุด

มากหมายถึงท่านมีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับในระดับมาก

ปานกลางหมายถึงท่านมีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับในระดับปานกลาง

น้อยหมายถึงท่านมีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับในระดับน้อย

น้อยที่สุดหมายถึงท่านมีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับในระดับน้อยที่สุด

กรณีที่ท่านไม่ได้ใช้บริการในข้อคำถามใดให้ทำเครื่องหมาย / ในช่อง ไม่ได้ใช้บริการ

ตัวอย่าง

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ได้ใช้บริการ
ท่านคิดว่าพยาบาลมีความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล	/					

จากตัวอย่าง หมายถึง ท่านมีความความพึงพอใจในความเชี่ยวชาญที่ได้รับจากพยาบาลในการดูแลให้การพยาบาลมากที่สุด

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ได้ใช้บริการ
ด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพ						
1. ความสะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ						
2. พื้นที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย						
3. สภาพแวดล้อมทั่วไปสะอาด สวยงาม						
4. ความพร้อมของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก						
5. ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย						
ด้านผลิตภัณฑ์						
6. การบริการทางการแพทย์ครบวงจร (มีศูนย์เฉพาะโรคครอบคลุมทุกสาขา)						
7. เครื่องมือทางการแพทย์ทันสมัย มีประสิทธิภาพ						
8. การตรวจรักษามีคุณภาพ						
9. ยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการตรวจรักษามีประสิทธิภาพ						
ด้านบุคลากร						
10. แพทย์ได้ทำการตรวจรักษา อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับโรคและ แนวทางการรักษาอย่างเป็นที่เข้าใจ						
11. ท่านคิดว่าแพทย์มีอัธยาศัย ไมตรีและเอาใจใส่						
12. ท่านคิดว่าแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษา						
13. พยาบาลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการให้การพยาบาล						
14. พยาบาลมีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีอัธยาศัยไมตรี						
15. พยาบาลให้คำแนะนำ การอธิบายเกี่ยวกับการดูแลตนเองที่บ้าน						

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ได้ใช้บริการ
16.ท่านได้รับการดูแลและเอาใจใส่และตอบสนองความต้องการจากพนักงานในแผนกที่ท่านเข้ารับบริการ						
17.ท่านได้รับการอธิบายเกี่ยวกับการใช้ยา และสรรพคุณ ของยาจนเป็นที่เข้าใจ และทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้น ได้จากการใช้ยา						
18.ความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการบริการ ตั้งแต่ลงทะเบียนผู้ป่วยนอก จนชำระเงิน รับประทานกลับบ้าน						
19. ระยะเวลาในการรอรับการตรวจจากแพทย์						
20. กระบวนการนัดหมาย รวดเร็ว มีการอธิบายเป็นที่เข้าใจ						
21.ความรวดเร็วในการรอชำระเงิน รับประทาน						
ด้านราคา						
22. ท่านคิดว่าราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ						
23. ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษา กับ ผลการรักษา						
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
24. การจัดโปรแกรมราคาพิเศษในเทศกาลต่างๆ ของโรงพยาบาล เช่น โปรแกรมวันแม่ , โปรแกรมแบ่งเบา						
25. เอกสารประชาสัมพันธ์ภายในโรงพยาบาลมีความน่าสนใจ และ ให้ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้ ในการดูแลสุขภาพและการป้องกัน						

ข้อเสนอแนะ

ท่านคิดว่าจะมาใช้บริการที่โรงพยาบาลแห่งนี้อีกหรือไม่

- มาใช้บริการอีกและแนะนำผู้อื่นด้วย
- ไม่แน่ใจเพราะ.....
- ไม่มาใช้บริการอีกเพราะ.....

แผนก / การบริการของโรงพยาบาลที่ท่านเห็นว่าควรปรับปรุงคือ

.....

.....

.....

ท่านต้องการให้โรงพยาบาลเพิ่มบริการใหม่ ๆ ด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางปิยะธิดา คล่องยุทธ์
วัน เดือน ปีเกิด	17 ธันวาคม 2511
สถานที่เกิด	อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี
ประวัติการศึกษา	พยาบาลศาสตรบัณฑิตวิทยาลัยพยาบาลกองทัพเรือ พ.ศ. 2534 , สาธารณสุขศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พ.ศ. 2545
สถานที่ทำงาน	โรงพยาบาลกรุงเทพระยอง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง
ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการฝ่ายการพยาบาล