



ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ฐนิญา ภัทระภูศิริ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



CUSTOMER SATISFACTION OF NOPPARATRAJATHANEE HOSPITAL AND
RAJAVITHI HOSPITAL

Thanida Pattharapoosiri

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2018

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ฐนิฎา ภัทระภูศิริ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

CUSTOMER SATISFACTION OF NOPPARATRAJATHANEE HOSPITAL AND
RAJAVITHI HOSPITAL

Thanida Pattharapoosiri

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2018

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และ
โรงพยาบาลราชวิถี
ชื่อผู้วิจัย นางสาวฐนิภา ภัทระภูศิริ
วิชาเอก การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอนุมัติให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
(นายรพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโคติกา)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกุล จันทรโคติกา)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา)



Independent Study Certificate
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Independent Study Title Customer Satisfaction of Nopparatrajathanee Hospital and Rajavithi Hospital

Researcher Miss Thanida Patthapoosiri

Major Management

Advisor Asst. Prof. Supaporn Pinyochatchinda, Ph.D.

Rajamangala University of Technology Rattanakosin Approved this Independent Study in Partial fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration.

..... Director of College of Innovation Management
(Mr.Rapee Mounghont)

Independent Study Committee

..... Chairperson
(Assoc. Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Asst. Prof. Korbkul Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Asst. Prof. Supaporn Pinyochatchinda, Ph.D.)

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และ โรงพยาบาลราชวิถี
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวธัญญา ภัทระภูศิริ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี และ (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี โดยมีกรอบแนวความคิดของงานวิจัยประยุกต์จากแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจแบบอเมริกัน

วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 400 คน จากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม ประกอบด้วย การทดสอบที การทดสอบเอฟ และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบริการของโรงพยาบาลราชวิถีสูงกว่าโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2) ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความพึงพอใจรวมทั้งข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลดังกล่าวสามารถตีความได้ว่าการรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณภาพ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งโรงพยาบาลราชวิถีและโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี โรงพยาบาลราชวิถี

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

Independent Study Title	Customer Satisfaction of Nopparatrajathanee Hospital and Rajavithi Hospital
Researcher	Miss Thanida Pattharapoosiri
Degree Sought	Master of Business Administration
Advisor	Asst. Prof. Supaporn Pinyochatchinda, Ph.D.
Academic Year	2018

Abstract

The purposes of this research were to compare the customer satisfaction on service of Nopparatrajathanee hospital and Rajavithi hospital; and to study factors affecting customer satisfaction toward service of Nopparatrajathanee hospital and Rajavithi hospital. Conceptual framework was based on American Customer Satisfaction Index (ACSI) model.

Stratified random sampling technique was applied to select 400 customers of Nopparatrajathanee hospital and Rajavithi hospital to answer self-reported questionnaire. Data were analyzed by bivariate analysis, consisted of t-test and F-test, and correlation analysis.

Research findings revealed that Rajavithi hospital's customer satisfaction was statistically significant higher than that of Nopparatrajathanee hospital; expectation, perceived quality, and perceived value had statistically significant relationship with customer satisfaction. Customer satisfaction and customer complaints had statistically significant relationship with customer loyalty. These results implied that perceived value, perceived quality, and customer expectation factors affecting satisfaction on service of Rajavithi hospital and Nopparatrajathanee hospital.

Keywords: Satisfaction, Nopparatrajathanee hospital, Rajavithi hospital

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโคติกา ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกุล จันทรโคติกา กรรมการสอบ ดร.สุทธิพงษ์ สุวรรณสาธิต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าแนะนำให้คำปรึกษา รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่สนับสนุนส่งเสริมการศึกษา และให้กำลังใจด้วยความปรารถนาดีเสมอมา ทำให้ผู้วิจัยมีความพากเพียรในการศึกษาจนสำเร็จตามความปรารถนา

และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้เขียนมีความซาบซึ้งในความกรุณาอันดีเยี่ยมจากทุกท่านที่ได้กล่าวนามมา และขอกราบขอบพระคุณ

ฐนิภา ภัทระภูศิริ
มิถุนายน 2560



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	2
1.5 นิยามคำศัพท์.....	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ	4
2.2 แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI).....	5
2.3 แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index (ECSI).....	7
2.4 แบบจำลอง Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI)	8
2.5 กรอบแนวความคิด	12
2.6 สมมติฐานของการวิจัย.....	13
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง	15
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	16
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	
4.1 ผลการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์	20
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของการใช้บริการ	24
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ	29
4.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ	32

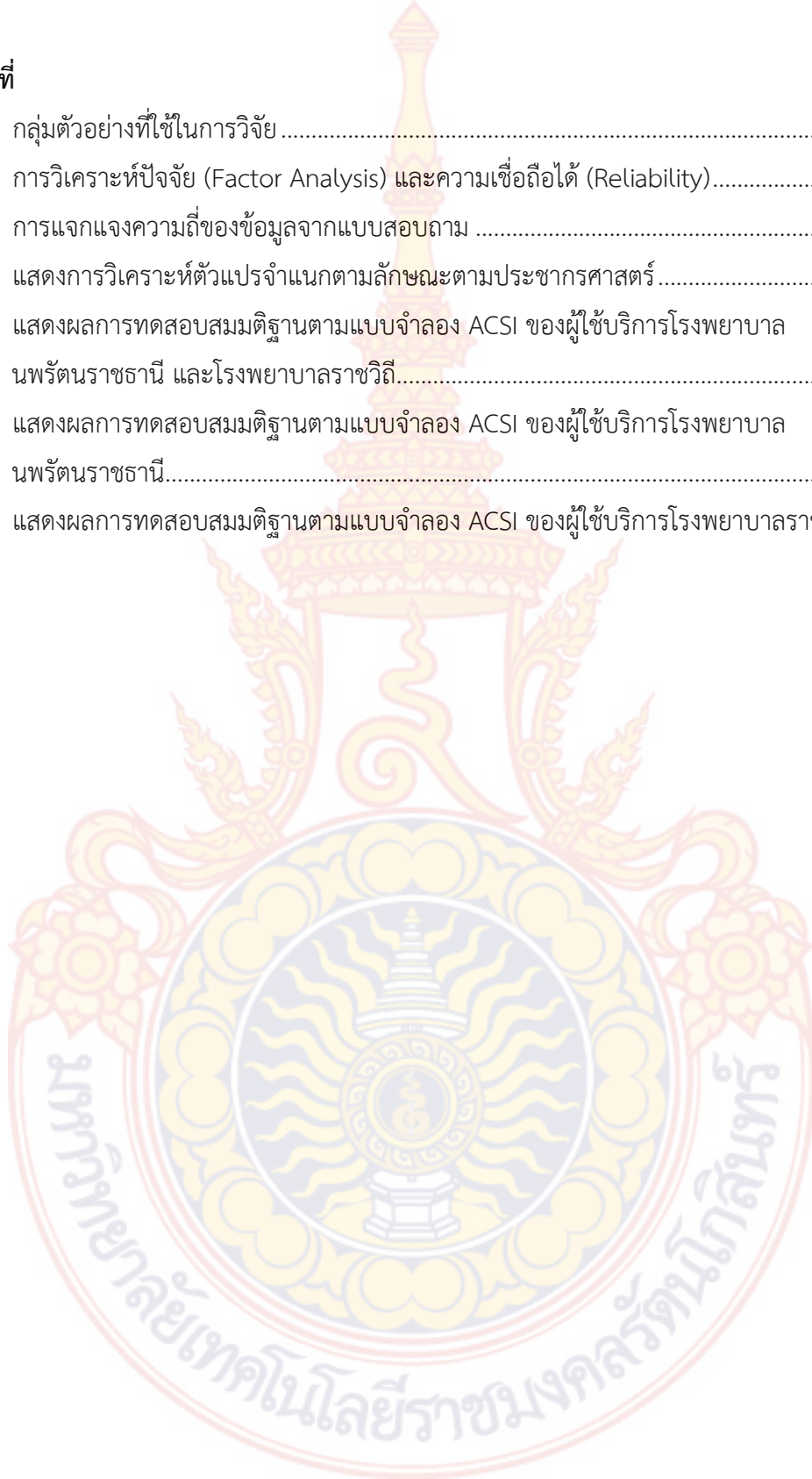
สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 การทดสอบสมมติฐาน	33
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	57
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	59
5.3 ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	85
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	86
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัย	99
ประวัติผู้วิจัย	102



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	15
3.2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability).....	16
4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม	30
4.2 แสดงการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะตามประชากรศาสตร์.....	36
4.3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล นพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี.....	43
4.4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล นพรัตนราชธานี.....	44
4.5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี.	45



สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI).....	6
2.2 แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index (ECSI).....	7
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลอง TCSI ของธนาคารพาณิชย์	8
2.4 กรอบแนวความคิดการวิจัย	13
4.1 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามเพศ	21
4.2 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอายุ.....	21
4.3 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสถานภาพการสมรส.....	22
4.4 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระดับการศึกษา.....	22
4.5 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอาชีพ	23
4.6 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	23
4.7 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามแผนกล่าสุดที่ใช้บริการ	24
4.8 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามความถี่ในการใช้บริการ	25
4.9 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ	25
4.10 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระยะเวลาการพบแพทย์.....	26
4.11 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระยะเวลาตรวจเลือด	26
4.12 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระยะเวลาการรักษา	27
4.13 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสาเหตุที่เลือกใช้บริการ.....	27
4.14 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามการเดินทาง.....	28
4.15 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสิทธิการรักษา.....	28
4.16 ระดับความความคิดเห็นที่มีต่อโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี.....	33
4.17 ผลทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี.....	46
4.18 ผลทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี.	50
4.19 ผลทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี.....	50

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันธุรกิจไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการต่างมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่เพียงแต่ความแข็งแกร่งขององค์กรเท่านั้น แต่ยังต้องสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอันรวดเร็ว ดังที่ Charl Dawin กล่าวไว้ว่า “ผู้ที่อยู่รอดได้นั้นไม่ใช่ผู้ที่แข็งแกร่งที่สุดแต่คือผู้ที่ปรับตัวได้ดีที่สุด” ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงพยายามหากลยุทธ์รับมือกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและนำมาสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ การวัดความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง การขายสินค้าเปลี่ยนจากการเน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์สินค้ามาเป็นการพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมให้เกิดการซื้อซ้ำ บอกต่อไปยังบุคคลอื่น และในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปในทิศทางที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จนนำไปสู่ความรู้สึที่ดีต่อบริษัทหรือความจงรักภักดีในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการนั่นเอง (นภดล รมโพธิ์, 2554, หน้า 4) จากข้อมูลดังกล่าวเห็นได้ว่า ทิศทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจบริการนั้นคือ การทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจจนนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือบริการ ดังนั้นองค์กรควรมีการแสวงหาเครื่องมือด้านการจัดการใหม่ ๆ มาใช้ในงาน เช่น การปรับปรุงรูปแบบโครงสร้างองค์กร การจัดการการแข่งขันด้านการบริการ การสร้างนวัตกรรมทำให้การบริการอย่างเป็นรูปธรรม การมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการนำสารสนเทศมาใช้ในงานบริการ เพื่อเสริมสร้างประโยชน์ตลอดจนความพึงพอใจในการบริการแบบใหม่อย่างสร้างสรรค์

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสารส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ไม่เว้นแม้กระทั่งบริการสาธารณสุขที่ผู้ให้บริการปรับเปลี่ยนการให้บริการโดยเน้นไปที่คุณภาพการให้บริการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งการบริการที่มีคุณภาพต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกหน่วยงานในทุกระดับไม่เว้นแต่องค์กรบริหารสูงสุด ผู้อำนวยการโรงพยาบาล ลงไปจนถึงระดับผู้ปฏิบัติงาน โดยที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพในการบริการอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพราะปัจจุบันผู้รับบริการที่มาใช้การบริการโรงพยาบาลมีมาตรฐานการดำรงชีวิตสูงขึ้น มีความปรารถนาคุณภาพชีวิตที่ดี และหันมาเอาใจใส่ด้านสุขภาพอนามัยกัน

มากขึ้น เนื่องจากต้องการได้รับบริการที่มีมาตรฐานและหากการให้บริการนั้นมีความบกพร่อง จนทำให้ผู้รับบริการเกิดความเสียหายหรือสูญเสียด้วยสาเหตุประเภทอื่น ๆ หรือขาดการเอาใจใส่ ดูแลตามสมควรแล้วอาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ และคุณภาพการให้บริการและอาจนำไปสู่การดำเนิน การฟ้องร้องในที่สุด ดังจะเห็นจากปริมาณการฟ้องร้องคดีเกี่ยวกับการได้รับบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือผิดจริยธรรมที่มีจำนวนผู้ฟ้องร้องสูงขึ้นในคดีดังกล่าว (สิทธิศักดิ์ พงษ์ปิติกุล, 2544, หน้า 13)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ด้วยแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจแบบอเมริกัน American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการวางกลยุทธ์ในการแข่งขัน พัฒนาแนวทางและกระบวนการให้บริการทั้ง 2 โรงพยาบาล ด้วยคุณภาพการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน การรักษาฐานลูกค้า แนวทางเพิ่มผู้ให้บริการรายใหม่ และการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้มีอัตราสูงขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.3.1 เพื่อทราบระดับความพึงพอใจต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

1.3.2 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ประชากรของโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี จำนวน 200 คน และประชากรของโรงพยาบาลราชวิถี จำนวน 200 คน ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน 2560

1.5 นิยามคำศัพท์

1.5.1 สถานพยาบาล หมายถึง สถานที่รักษาผู้ป่วย ประกอบด้วยการผ่าตัด ฉีดยา ยา หรือการใช้กรรมวิธีอื่น ซึ่งเป็นกรรมวิธีการประกอบโรคศิลปะ และเป็นสถานพยาบาลซึ่งได้รับอนุญาตได้ตั้งรวมทั้งดำเนินการตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ทั้งนี้ไม่รวมสถานพยาบาลซึ่งมีประกาศกระทรวงสาธารณสุขให้ได้รับการยกเว้นตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 โดยสถานพยาบาลที่ได้รับการยกเว้น ได้แก่ สถานพยาบาลของรัฐบาล เทศบาล สภากาชาดไทย และสถานพยาบาลอื่น ๆ ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา

1.5.2 โรงพยาบาล หมายถึง สถานพยาบาลใด ๆ ซึ่งได้รับอนุญาตให้ตั้งและดำเนินการสถานพยาบาลตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 เพื่อประกอบการรักษาพยาบาลคนไข้หรือผู้ป่วย ซึ่งมีเตียงรับคนไข้ไว้ค้างคืนและจัดให้มีการวินิจฉัยโรค การศัลยกรรม ผ่าตัดใหญ่ (major surgery) และให้บริการด้านพยาบาลเต็มเวลา

1.5.3 ประเภทของโรงพยาบาลและสถานพยาบาล โรงพยาบาลและสถานพยาบาลประเภททั่วไป ได้แก่ โรงพยาบาลและสถานพยาบาลแผนปัจจุบันหรือแผนโบราณ ซึ่งให้บริการด้านการรักษาพยาบาลแก่คนไข้เฉพาะโรค โดยมีผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบันหรือแผนโบราณในสาขาเฉพาะโรคทำการรักษาโรคเฉพาะนั้น ๆ เช่น สาขาศัลยกรรม อายุรกรรม กุมารเวช สูติ-นรีเวชวิทยา จักษุ โสตศอ นาสิก จิตเวช เป็นต้น

1.5.4 ผู้ป่วย หมายถึง ผู้ที่เข้ารับการรักษาหรือผู้รับบริการด้วยการพยาบาล ได้จำแนกไว้เป็น 2 ประเภท คือ

1.5.4.1 ผู้ป่วยใน หมายถึง ผู้ที่ต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลอย่างน้อย 6 – 8 ชั่วโมง หรือผู้ที่ต้องเสียค่าห้อง และการอาหารประจำวัน ในการเข้ารับรักษาในโรงพยาบาลและสถานพยาบาล

1.5.4.2 ผู้ป่วยนอก หมายถึง ผู้ที่รับบริการหรือเวชภัณฑ์อันเนื่องมาจากการรักษาพยาบาลในแผนผู้ป่วยนอกหรือในห้องรักษาฉุกเฉินของโรงพยาบาลและสถานพยาบาล หรือผู้ที่รักษาแผนกศัลยกรรมผ่าตัดเล็ก (minor surgery)

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีด้วยแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ
- 2.2 แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI)
- 2.3 แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index (ECSI)
- 2.4 แบบจำลอง Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI)
- 2.5 กรอบแนวความคิด
- 2.6 สมมติฐานของการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

Shellli 1995 (อ้างถึงในบุญญาพัชร อาจหาญ, 2555, หน้า 8 - 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์จะแสดงออก 2 ลักษณะ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกจะแสดงออกจากความสุข ซึ่งอาจมาจากการได้รับบริการหรือสินค้าที่ตรงตามความคาดหวัง แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าเมื่อใดบริการหรือสินค้าที่ได้รับไม่ตรงตามความคาดหวังก็จะส่งผลทำให้เกิดความไม่พึงพอใจซึ่งเป็นความรู้สึกทางลบ สอดคล้องกับแนวความคิด Kotler and Armstrong, 2002 (อ้างถึงในวิสนนันทน์ สุดประเสริฐ, 2557, หน้า 31 - 31) กล่าวว่า พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความต้องการแตกต่างกันมีผลมาจากแรงจูงใจ โดยลูกค้าจะตั้งความคาดหวังจากการใช้สินค้าหรือบริการจากคุณภาพ ซึ่งถ้าผลที่ได้รับในการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าที่คาดหวังไว้จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าการใช้สินค้าหรือบริการเท่ากับหรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการดังกล่าว รวมทั้งสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell และ Wernerfel, 1998 (อ้างถึงในแก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร, 2559, หน้า 15) กล่าวว่า ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมาจากการเปิดใจให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นรวมทั้งรับฟังปัญหาและข้อร้องเรียนจากลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงข้อบกพร่องที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจให้กลับมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ Hirschman, 1970 (อ้างถึงในนภดล รมโพธิ์, 2554, หน้า 8) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้สินค้าหรือบริการจะแสดง

ออกมาโดยการกลับไปใช้สินค้าหรือบริการซ้ำ รวมทั้งบอกต่อไปยังบุคคลที่รู้จักซึ่งเป็นความรู้สึกในทางบวก นับเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างกำไรให้แก่บริษัท ดังนั้นบริษัทควรเก็บข้อมูลข้อร้องเรียนของลูกค้าเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงสินค้าหรือบริการ แต่ถ้าเมื่อใดลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้สินค้าหรือบริการจะแสดงออก 2 รูปแบบ คือ เลิกใช้สินค้าหรือบริการโดยทันทีแล้วเปลี่ยนไปใช้ของคู่แข่งชั้นแนวทางที่สองคือ การร้องเรียนไปยังบริษัทโดยตรง ซึ่งถ้าบริษัทสามารถแก้ไขปัญหาก็กับลูกค้าได้ ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนความรู้สึกจากความไม่พึงพอใจเป็นพึงพอใจในการได้รับการแก้ไขการบริการหรือสินค้าได้ตรงตามความต้องการ และส่งผลไปยังความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

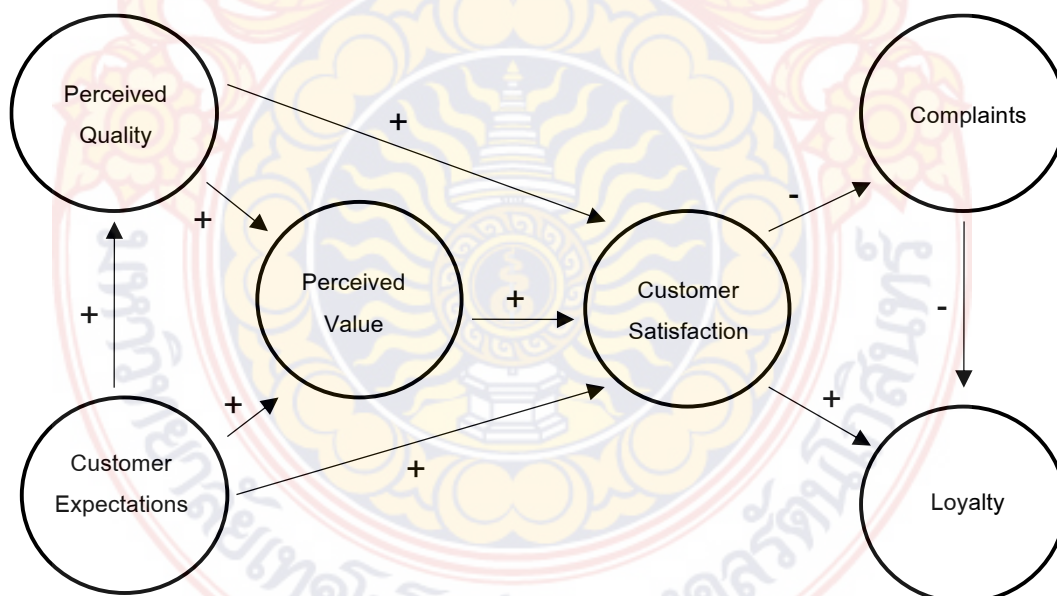
จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า วิภาวี ชาดิษฐ์ (2559, หน้า 73 - 78) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการต่อคุณภาพบริการแผนกจ่ายยาผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเจ้าพระยามรราช จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการมาจากการไปใช้บริการแล้วเห็นพนักงานแต่งกายที่สุภาพเหมาะสมกับการบริการ ความเพียงพอของเก้าอี้ในการรอรับบริการ สภาพแวดล้อมของโรงพยาบาล ความน่าเชื่อถือของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ การบริการที่ทัดเทียมกัน ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ระยะเวลาที่เหมาะสมในการบริการ และความละเอียดในการชี้แจงข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับ จงจิต หงษ์เจริญ (2550, หน้า 56 - 57) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลบนหอผู้ป่วยศัลยกรรมชาย โรงพยาบาลศิริราช พบว่า การให้บริการมีอิทธิพลทางบวกกับความพึงพอใจเนื่องจากผู้ใช้เกิดความคาดหวังจะได้รับบริการที่สุภาพ มีระบบการให้บริการที่ดี มีความสะดวกรวดเร็วเมื่อมาใช้บริการ การบริการอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการต่อไปในอนาคต ในขณะที่ ณิชฐา เสวกวิหारी (2560, หน้า 53 - 54) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการมาจากการให้บริการทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ การให้บริการที่สุภาพ มีเทคโนโลยีรองรับการให้บริการที่ทันสมัย การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ การบริการที่หลากหลาย และการพัฒนารูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ มีการตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ เช่น ลิฟต์โดยสาร ห้องตรวจ สถานที่นั่งรอ รถเข็น ห้องน้ำ เป็นต้น

2.2 แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI)

แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) ถูกพัฒนาขึ้นในปี 2537 โดยผู้อำนวยการ Nation Quality Research Center มหาวิทยาลัยมิชิแกนประเทศสหรัฐอเมริกา Professor Claes Fornell เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความพึงพอใจของลูกค้าจากประสบการณ์จริงที่มีตามแบบจำลองตามความพึงพอใจที่มีความยืดหยุ่นและสามารถในการนำผลมาเปรียบเทียบได้ทั้งในธุรกิจระดับอุตสาหกรรม ระดับภาคการผลิตหรือการบริการ และระดับประเทศ ทำให้ ACSI ถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ในประเทศญี่ปุ่นได้มีการใช้ JCSI เพื่อวัดประสิทธิภาพธุรกิจบริการ ประเทศ

สาธารณรัฐโดมินิกันใช้ INSAC ซึ่งวัดเศรษฐกิจในระดับมหภาค ประเทศอังกฤษใช้ Great Britain's NCSI-UK วัดความพึงพอใจของผู้บริโภคใน 16 อุตสาหกรรมหลัก เหตุผลสำคัญที่นำเครื่องมือมาใช้ก็เพราะว่า ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ยังสามารถตรวจวัดถึงความจงรักภักดีที่มีต่อตราสินค้าหรือบริษัทฯ ในการกำจัดจุดอ่อนที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าหรือบริการ (ยศพร คชวัตร, 2557, หน้า 6 - 7)

แบบจำลอง ACSI ประกอบด้วย 6 ปัจจัย โดยมีปัจจัยสำคัญที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า 3 ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) คุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้ (Perceived Quality) และคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Value) ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ความพึงพอใจของลูกค้ายังส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้สินค้าหรือบริการซึ่งเป็นปัจจัยทางบวก แต่จะส่งผลเชิงลบเพราะเมื่อใดที่ลูกค้าเกิดไม่พึงพอใจในการใช้สินค้าหรือบริการ ก็จะทำให้การร้องเรียนไปยังบริษัทฯ บอกต่อไปยังสังคมออนไลน์ และบุคคลที่รู้จัก โดยแบบจำลอง ACSI เป็นเครื่องมือที่ช่วยติดตาม และตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า ที่สามารถนำไปสู่คำตอบในประเด็นตั้งแต่ระดับองค์กรไปจนถึงระดับชาติ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นและลดลงของผลผลิตประชาชาติหรือไม่ ความพึงพอใจของลูกค้าของแต่ละอุตสาหกรรมแต่ละกลุ่มหรือแต่ละบริษัทมีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงเพียงใด การเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้าและบริการระหว่างการผลิตในประเทศและการนำเข้า หรืออาจประยุกต์ใช้เพื่อสร้างผลกำไรให้องค์กรผ่านการเชื่อมโยงความพึงพอใจของลูกค้าไปสู่ความภักดีของลูกค้า ค้นหาสิ่งที่สร้างความไม่พึงพอใจเพื่อนำมาปรับปรุง ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรขององค์กร ดังภาพที่ 2.1

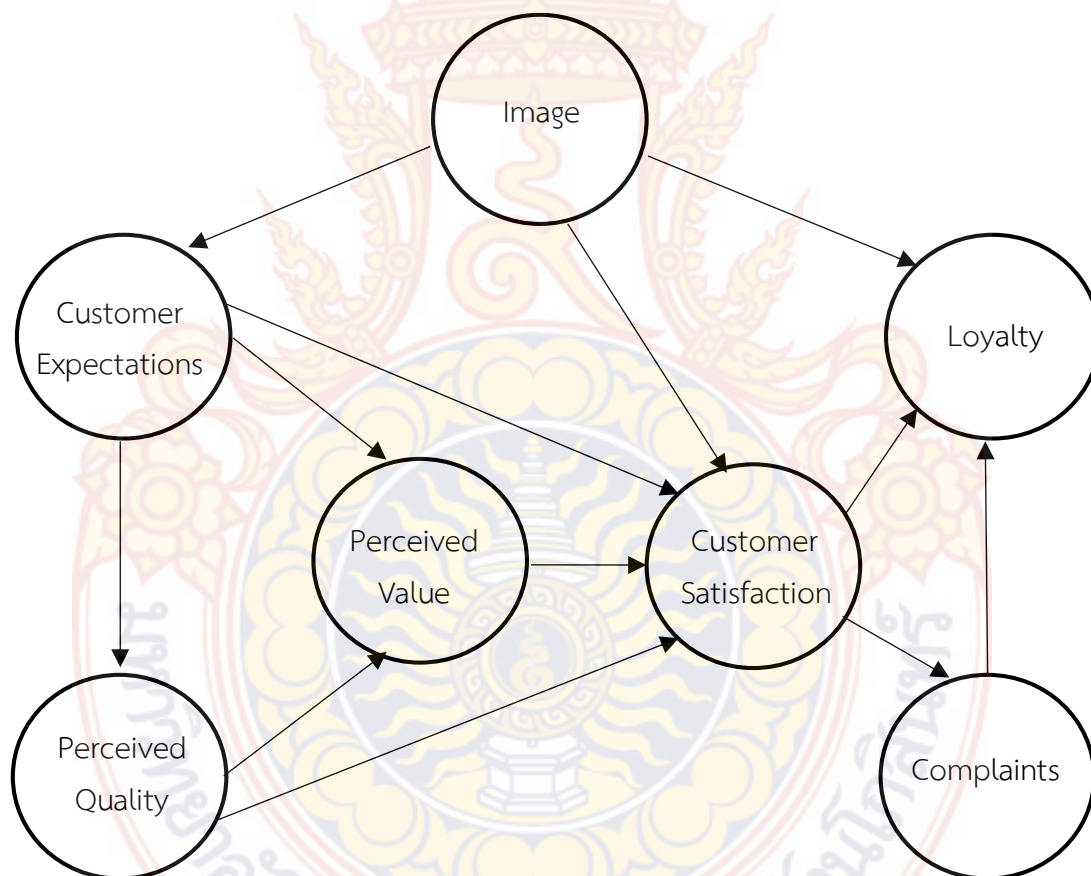


ภาพที่ 2.1 แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI)

ที่มา: Fornell, C. (1992). pp. 6 - 21.

2.3 แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index (ECSI)

ถูกสร้างจากองค์กรสหภาพยุโรป (The European Organization for Quality หรือ EOO) เพื่อเป็นตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจมหภาค ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในระดับจุลภาค โดยนำไปใช้ในประเทศอื่น ๆ ในยุโรป มีลักษณะเป็นแบบจำลองสมการโครงสร้าง Structural equation Modal (SEM) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝงหลายตัว (Latent Variables) มีลักษณะเป็นเหตุเป็นผลกัน มีการเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าตามตัวแบบ ECSI จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้คุณค่าของลูกค้าในทิศทางเดียวกัน โดยที่การรับรู้คุณค่าของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือภาพลักษณ์ของผู้ขายหรือผู้ให้บริการ ความคาดหวังของลูกค้า และสิ่งที่ลูกค้าได้รับสองประการ ประกอบด้วยคุณภาพของสินค้าที่จับต้องได้ และคุณภาพของบริการจากผู้ให้บริการซึ่งจับต้องไม่ได้ (คุณานันท์ สุขพาสน์เจริญ, ภัทร ชูแซ, และ อติภา อ่องเอี่ยม, 2558, หน้า 8 - 9)

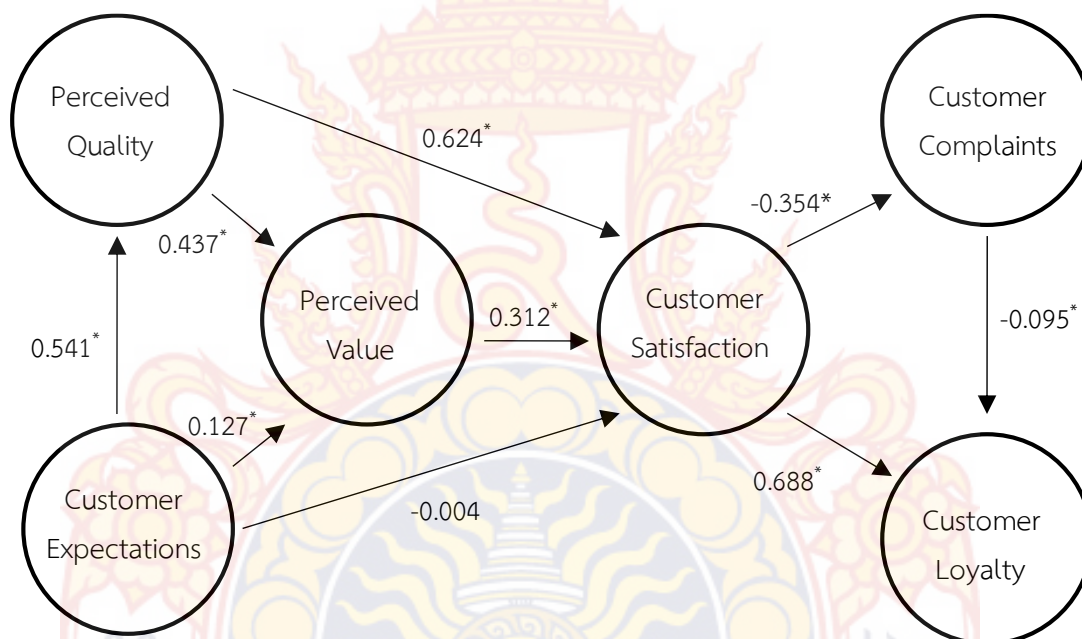


ภาพที่ 2.2 แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index (ECSI)

ที่มา: Marie-Paule Bayol, Anne de la Foye, Carole Tellier and Michel Tenenhaus. (2000).

2.4 แบบจำลอง Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI)

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ได้นำแบบจำลอง Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI) มาศึกษาเมื่อ พ.ศ. 2551 เพื่อใช้ในการวัดศักยภาพขององค์กรในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการเคาน์เตอร์ธนาคารในประเทศไทย ประกอบด้วย บริการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน การรับชำระค่าสินค้า และการทำธุรกรรมเกี่ยวกับเช็ค โดยมีขอบเขตการศึกษาครอบคลุมธนาคารพาณิชย์ทั้งหมด 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารทหารไทย ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา คำถามที่ใช้มาจากต้นฉบับประเทศสหรัฐอเมริกาโดยนำมาปรับให้สอดคล้องกับประเทศไทยมากขึ้น และเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการจำนวน 300 คนต่อ 1 สาขา โดยใช้สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ ดังภาพที่ 2.3 (สุธิตา ปฏิสัมพันธ์ทางศ, 2558, หน้า 15 - 16)



ภาพที่ 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลอง TCSI ของธนาคารพาณิชย์
ที่มา: อัญพัชญ์ ศักดิ์ดีเรกรัตน์. (2559). หน้า 12.

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) ความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคลที่คาดหวังไว้ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรเป็นอย่างไร ความคาดหวังของลูกค้าจะเกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการหรือใช้สินค้าแล้วหวังว่าจะได้รับบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรู้ถึงความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าอาจมาจากการสำรวจเมื่อมาใช้บริการ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งปัจจัยหลักที่มีต่อความ

คาดหวังของลูกค้าแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่ ความต้องการของแต่ละบุคคล ประสบการณ์ในอดีต ข่าวสารจากสื่อ การได้รับจากการบอกเล่าจากคำแนะนำโดยบุคคลอื่น และคำบอกเล่าจากผู้ให้บริการ ในขณะที่ Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990 (อ้างถึงในตำริ สถิติย์เสมากุล, 2558, หน้า 15) ได้กล่าวว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ การบอกกันปากต่อปาก ความต้องการส่วนตัวของผู้รับบริการ จากประสบการณ์ในอดีตที่ได้รับโดยตรง และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนแตกต่างกันออกไป เนื่องมาจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อม สถานการณ์ที่ลูกค้ามีแตกต่างกัน โดยลูกค้าจะกำหนดความคาดหวังสูงขึ้น หากได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังในครั้งก่อน ๆ แต่ถ้าเมื่อใดที่ความคาดหวังไม่ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ความคาดหวังในการใช้บริการลดลงในที่สุด

คุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Perceived Quality) เป็นการนำประสบการณ์จริงที่ลูกค้าได้รับในการใช้สินค้าหรือบริการมาประเมิน และทำการวัดจากภาพรวมของคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองต่อตามความต้องการของลูกค้าได้ โดยที่ลูกค้าแต่ละคนจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังวัดจากความน่าเชื่อถือของคุณภาพของสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจากความถี่ที่เกิดขึ้นจากข้อร้องเรียนหรือความผิดพลาดของสินค้าหรือบริการ ซึ่งสอดคล้องกับวิภาวี ชาดิษฐ์ (2559, หน้า 71 - 77) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการต่อคุณภาพบริการแผนกจ่ายยาผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเจ้าพระยาบรมราช จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า คุณภาพในการบริการที่สามารถรับรู้ได้ของผู้มาใช้บริการ คือ การเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ การยิ้มแย้มแจ่มใส การบริการที่สุภาพ มีกิจกรรมยาที่เรียบร้อย สภาพแวดล้อมที่ดี ความเพียงพอของเก้าอี้สำหรับนั่งรอรับยา การบริการอย่างทတ်เทียมกัน ความน่าเชื่อถือของแพทย์ ความรวดเร็วในการให้บริการ และสอดคล้องกับ ปุณยภา พวงทับทิม (2560, หน้า 118) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า คุณภาพในการบริการที่สามารถรับรู้ได้ของผู้มาใช้บริการ คือ การยิ้มแย้มเอาใจใส่ การบริการลูกค้าที่สุภาพ มีความอ่อนโยน กระตือรือร้น การให้เกียรติลูกค้า การอำนวยความสะดวกรวดเร็ว การบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ มีการติดต่อและให้บริการจากบุคลากรในโรงพยาบาลอย่างมีอาชีพ ความไว้วางใจ และความน่าเชื่อถือ ในขณะที่ Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990 (อ้างถึงในสุทธิดา ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม, 2558, หน้า 13) ได้กล่าวว่า การวัดคุณภาพของผู้ให้บริการมีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ คือ

1) สิ่งสัมผัสได้ คือ สิ่งต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงการให้บริการไม่ว่าจะเป็นสถานที่ที่ให้บริการ อุปกรณ์ ยังรวมไปถึงการแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงาน

2) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ คือ ความสามารถในการให้บริการที่มีความสม่ำเสมอ ตรงตามความต้องการของลูกค้า และทันต่อเวลา

3) ความรวดเร็ว คือ ความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และพร้อมให้บริการ

4) การเชื่อมั่น คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจว่าพนักงานจะสามารถให้บริการได้อย่างมืออาชีพ

5) การเอาใจใส่ลูกค้า คือ การเอาใจใส่ลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายบุคคล และมีการสื่อสารหรือปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

คุณค่าของสินค้าหรือบริการ (Perceived Value) เป็นการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับกับราคาหรือต้นทุนที่ลูกค้าต้องเสียไป โดยนำปัจจัยด้านราคามาพิจารณา ร่วม เพื่อลดผลกระทบในเรื่องระดับรายได้หรือข้อจำกัดด้านงบประมาณที่แตกต่างกันในลูกค้าแต่ละรายการ ประเมินคุณค่าที่ลูกค้าได้รับสามารถประเมินได้จาก 2 คำถามคือ ความพอใจต่อคุณภาพ ณ ระดับราคาในปัจจุบัน และความพอใจต่อราคา ณ ระดับคุณภาพในปัจจุบัน ซึ่งคุณค่าของสินค้าที่ลูกค้าได้รับจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ นภดล รมโพธิ์ (2554, หน้า 123) ที่กล่าวว่า คุณค่าของการใช้สินค้าหรือบริการเป็นการเปรียบเทียบกับต้นทุนที่ต้องจ่ายไป เพื่อวัดคุณค่าหรือความนิยมของผู้บริโภคในการประเมินความพอใจต่อราคา ณ ระดับคุณภาพในปัจจุบัน และความพอใจต่อคุณภาพ ณ ระดับราคาในปัจจุบัน ซึ่งคุณค่าของสินค้าหรือบริการจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และในขณะเดียวกันก็จะได้รับอิทธิพลจากคุณภาพ โดยหากผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับมีมากกว่าต้นทุนที่ต้องจ่ายไป ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ แต่หากผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับมีน้อยกว่าหรือเท่ากับต้นทุนที่ต้องจ่ายไป ก็จะทำให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าลดลง ในขณะที่ Kotler and Keller, 2006 (อ้างถึงในสุทธิดา ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม, 2558, หน้า 13 - 14) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าหรือบริการ ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือ ความเป็นมาตรฐานในการดำเนินงาน ความสามารถของบุคลากร และภาพลักษณ์ของบริษัทในสายตาของลูกค้า ในขณะที่ต้นทุนของลูกค้านำมาซึ่งสินค้าหรือบริการประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน ค่าเสียเวลาซึ่งถือว่าเป็นต้นทุน รวมทั้งค่าแรงกายที่ต้องเสียไปในการออกไปซื้อหาสินค้าหรือบริการ และค่าจิตวิทยา หรือความเครียดที่ต้องใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่สำคัญหรือราคาแพง ซึ่งสอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มลินลดา กุลนายุ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟงพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณค่าที่ผู้ใช้บริการรับรู้ได้โดยทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายไปในการซื้อสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้การออกแบบสถานที่ให้มีความสวยงาม ความสะอาด และมีระเบียบ รวมถึงการมีพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีที่นั่งเพียงพอ มีโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์อ่านในการรอรับบริการจะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เข้าไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงาม

ภาพลักษณ์ (Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้าที่มีต่อความรู้สึกที่มีต่อสินค้า บริการ ตลอดจนบริษัท อาจมาจากชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ความมั่นคงทางการเงินของบริษัท การบริหารงานที่มีความน่าเชื่อถือ การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์ให้แก่สาธารณะ ตลอดจนคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ องค์ประกอบของภาพลักษณ์แบ่งออกเป็น 4 อย่าง คือ องค์ประกอบเชิงความรู้ องค์ประกอบเชิงการรับรู้ องค์ประกอบเชิงความรู้สึก และองค์ประกอบเชิงการกระทำ ซึ่งองค์ประกอบของภาพลักษณ์ทั้ง 4 อย่างเมื่อนำมาผสมผสานกันจะเป็นภาพที่ออกมาถึงสายตาของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ พงศธร พึ่งเนตร์ (2556, หน้า 58 - 60) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2557 พบว่า ภาพลักษณ์ในการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนมาจากคุณภาพการให้บริการ ชื่อเสียงของโรงพยาบาล ความปลอดภัย การมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ความรวดเร็วในการให้บริการ การบริการที่สุภาพ ตลอดจนความสะอาดของทำเลที่ตั้ง และสอดคล้องกับวัชรกร สุวรรณ (2558, หน้า 58 - 60) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชากรณีย์ (SiPH) ในการรับรู้ของผู้ใช้บริการ พบว่า ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลมาจากการได้รับรางวัลต่าง ๆ การเปิดข่าวสารให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีการทำคุณประโยชน์และรับผิดชอบต่อสังคม ทีมแพทย์ที่มีความรู้ความสามารถในการรักษาโรคเฉพาะด้าน การตรวจรักษาโรควินิจฉัยได้อย่างแม่นยำ บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ การแต่งกายเรียบร้อย มีความรู้รอบด้าน สามารถให้คำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง มีการติดตามผลการรักษาทุกครั้ง บุคลิกภาพน่าเชื่อถือแต่งกายเรียบร้อย ใส่ใจทุกกระบวนการรักษา การสื่อสารได้หลายภาษา

ข้อร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints) ถูกวัดจากอัตราส่วนของลูกค้าที่ทำการร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการมายังบริษัทภายในกรอบเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งข้อร้องเรียนจากลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อระดับความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่าเมื่อใดที่ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ ย่อมส่งผลให้ข้อร้องเรียนของลูกค้ามีจำนวนสูงขึ้น แต่ไม่ได้หมายความว่าลูกค้าที่ไม่ได้ร้องเรียนจะมีความพึงพอใจในการใช้สินค้าหรือบริการทุกคน เนื่องจากการแสดงออกถึงความไม่พอใจยังมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ การร้องเรียนมายังบริษัท กับการนิ่งเฉยและเลิกใช้สินค้าหรือบริการของบริษัทอย่างทันที ซึ่งจะทำให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและการสร้างกำไรในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Exit-Voice Theory ของ Hirschman, 1970 (อ้างถึงในนภดล รมโพธิ์, 2554, หน้า 121) ที่กล่าวว่า เมื่อลูกค้าไม่พอใจในสินค้าและบริการ จะแสดงพฤติกรรมออกมา 2 แนวทาง คือ การร้องเรียนไปยังผู้ผลิตสินค้าและบริการนั้น ๆ หรือการเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งรายอื่น ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงลบ แต่ในทางกลับกันถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจที่ดีมาอย่างต่อเนื่องย่อมทำให้เกิดความจงรักภักดี และส่งผลต่อรายรับและกำไรในระยะยาวขององค์กร และสอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 68) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการทรูซ้อป และเอไอเอสซ้อป พบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมาจากความ

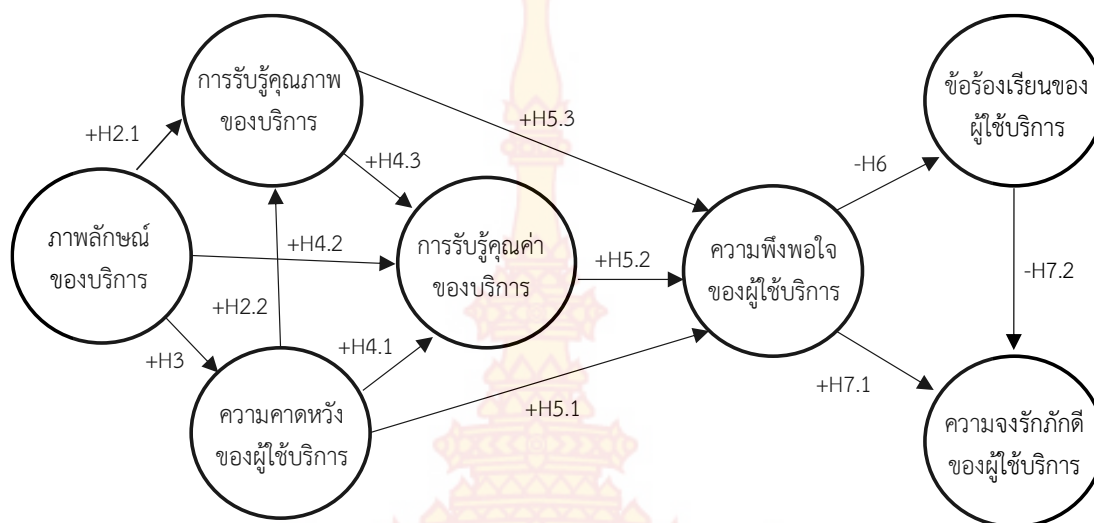
ผิดพลาดของการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดทัศนคติเชิงลบที่พร้อมจะแจ้งไปยังบริษัทโดยตรง หรือบอกต่อถึงความผิดพลาด จุดบกพร่อง ข้อเสีย หรือสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ไปยังบุคคลที่รู้จัก รวมทั้งในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านภาพลักษณ์ และการสูญเสียรายได้จากลูกค้า

ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) เป็นระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ซึ่งเกิดจากความเชื่อมั่นว่าบริษัทสามารถส่งมอบหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด และยังคงซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อไปในอนาคต แม้ว่าจะเกิดปัญหาใด ๆ ขึ้นก็ตาม ทั้งนี้อาจมาจากประสบการณ์ที่ดีในอดีตที่เคยใช้สินค้าหรือบริการ รวมถึงการไม่สนใจหรือเปลี่ยนไปใช้สินค้าหรือบริการของคู่แข่งก็ตาม แม้ว่าสินค้าหรือบริการของคู่แข่งจะดีกว่าก็ตาม หรือมีโปรโมชั่นที่คุ้มกว่าก็ตาม ความจงรักภักดีของลูกค้าจะแสดงออกในรูปแบบของการซื้อซ้ำ และการยอมรับได้ในการเปลี่ยนแปลงของราคา ดังนั้นความจงรักภักดีของลูกค้านับเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ได้กำไรหรือผลตอบแทนอันสูงค่าให้กับบริษัท สอดคล้องกับสุทธิดา ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (2558, หน้า 39) กล่าวว่า ความจงรักภักดีเป็นผลมาจากความพึงใจในการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลในเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากลูกค้าจะทำการกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำ แต่ในขณะเดียวกันถ้าเมื่อใดที่ลูกค้ามีข้อร้องเรียนย่อมส่งผลให้ความจงรักภักดีของลูกค้าลดต่ำลง และส่งผลในเชิงลบในการดำเนินธุรกิจและทัศนคติในใจลูกค้า และสอดคล้องกับอัมพล ชุสนุก, มิลินลดา กุลนาญ, ฉวีวรรณ ชุสนุก และสุภาพร เพ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่พนักงานสามารถแนะนำขั้นตอนการให้บริการได้อย่างชัดเจน คอยให้ความช่วยเหลือพร้อมให้คำปรึกษา แนะนำผู้ให้บริการ การให้บริการด้วยความเต็มใจ มีระบบการบริการที่รวดเร็วไม่ต้องรอนาน ไม่เกิดความขัดข้องในระหว่างการให้บริการ บริการได้อย่างถูกต้อง บริการอย่างทัดเทียมกัน ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการและส่งผลให้ผู้ที่มาใช้บริการพูดถึงคลินิกเสริมความงามในทางที่ดี มีการแนะนำบอกต่อเพื่อนหรือญาติให้มาเข้าใช้บริการ

2.5 กรอบแนวความคิด

กรอบแนวความคิดในการวิจัยเป็นการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีด้วยแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) และได้ประยุกต์ใช้เป็นแบบจำลอง European Customer Satisfaction Index Model (ECSI) เพื่อสร้างตัวชี้วัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ การรับรู้คุณภาพของบริการ การรับรู้คุณค่าของบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยได้เพิ่มตัวแปรภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการเข้ามา โดยที่ภาพลักษณ์

เป็นตัวแปรที่ผู้ใช้บริการจะสามารถรับรู้ได้จากคุณภาพของบริการ คุณค่าของบริการ และความคาดหวัง
 ของผู้ใช้บริการ ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวความคิดการวิจัย

2.6 สมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานจากกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ไว้ 13 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1): ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 (H2.1): ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 3 (H2.2): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 4 (H3): ภาพลักษณ์ผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 5 (H4.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 6 (H4.2): ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 7 (H4.3): การรับรู้คุณภาพของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 8 (H5.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 9 (H5.2): การรับรู้คุณค่าของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 10 (H5.3): การรับรู้คุณภาพของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 11 (H6): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 12 (H7.1): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 13 (H7.2): ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีของผู้ใช้โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

- 3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบ่งผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีเป็นผู้มีสิทธิเบิกค่ารักษาพยาบาล เช่น ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ประกันสุขภาพ จำนวน 95 คน และผู้ที่ไม่ใช่สิทธิเบิกค่ารักษาพยาบาลต้องชำระเงินสด จำนวน 105 คน ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และผู้ให้บริการโรงพยาบาลราชวิถีที่มีสิทธิเบิกค่ารักษาพยาบาล เช่น ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ประกันสุขภาพ จำนวน 92 คน และผู้ที่ไม่ใช่สิทธิเบิกค่ารักษาพยาบาลต้องชำระเงินสด จำนวน 108 คน ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สิทธิการรักษา	โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี	โรงพยาบาลราชวิถี
เบิกค่ารักษาพยาบาล	95	92
ชำระเงินสด	105	108

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้มาตราการวัดระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราการวัดระดับเรียงอันดับ (Ordinal Scales) ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี โดยใช้มาตราการวัดระดับเรียงอันดับ (Ordinal Scales)

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของท่านที่มีต่อโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินตามมาตรวัด 5 ระดับ ตามมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) ในการวัดระดับความคิดเห็น โดยเรียงลำดับจากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 1) จนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) ซึ่งมาตรวัดดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability)

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
<u>ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation)</u>		0.8251	0.9287
บริการลงทะเบียนได้รวดเร็ว	0.9180		
รอรับการรักษาไม่นาน	0.9075		
รอรับยาไม่นาน	0.8887		
รอจ่ายเงินไม่นาน	0.9189		
<u>มุมมองต่อคุณภาพบริการ (Perceived Quality)</u>		0.8145	0.9235
มีบริการที่สุภาพดี	0.9133		
การบริการที่สะดวกรวดเร็ว	0.9003		
มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี	0.9168		
ได้รับการบริการเท่าเทียมกัน	0.8791		

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
<u>มุมมองต่อคุณค่า (Perceived Value)</u>		0.7769	0.9273
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0.8995		
ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0.8651		
ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า	0.8542		
มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม	0.9081		
<u>ภาพลักษณ์ (Image)</u>		0.7754	0.9418
มีความเชื่อถือได้	0.8789		
มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ	0.8813		
มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ	0.8910		
ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล	0.8563		
<u>ความพึงพอใจต่อบริการ (Customer Satisfaction)</u>		0.8304	0.9318
ความสะดวกของบริการ	0.9255		
ความรวดเร็วของบริการ	0.8996		
ความถูกต้องของบริการ	0.9205		
ระบบการให้บริการที่ดี	0.8991		
<u>การร้องเรียน (Customer Complaints)</u>		0.9710	0.9843
ร้องเรียนกับผู้บริหารโรงพยาบาล	0.9772		
บอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก	0.9902		
บอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	0.9887		
<u>ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)</u>		0.9105	0.9015
คุณจะใช้บริการต่อไปในอนาคต	0.9542		
คุณจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก	0.9542		

ตารางที่ 3.2 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งค่า Cronbach Alpha ที่ได้สูงกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

ผลการการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ในเรื่องความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องรอจ่ายเงินไม่นาน 0.9189 รองลงมา บริการลงทะเบียนได้รวดเร็ว 0.9180 และน้อยที่สุดคือ รอรับยาไม่นาน 0.8887 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในแบบสอบถามเรื่องความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) ต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี 0.9287 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามมีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

มุมมองต่อคุณภาพบริการ (Perceived Quality) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการมีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี 0.9168 รองลงมา มีบริการที่สุภาพดี 0.9133 และน้อยที่สุดคือ ได้รับบริการที่เท่าเทียมกัน 0.8791 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในแบบสอบถามเรื่องมุมมองต่อคุณภาพบริการ (Perceived Quality) ต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี 0.9235 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามมีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

มุมมองต่อคุณค่า (Perceived Value) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการมีระบบจัดคิวรอรับการบริการที่เหมาะสม 0.9018 รองลงมา คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า 0.8995 และน้อยที่สุดคือ ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า 0.8542 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในแบบสอบถามเรื่องความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) ต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี 0.9273 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามมีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

ภาพลักษณ์ของบริการ (Image) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการมีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ 0.8910 รองลงมา การมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ 0.8813 และน้อยที่สุดคือ การได้มาตรฐานทัดเทียมสากล 0.8563 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในแบบสอบถามเรื่องภาพลักษณ์ของบริการ (Image) ต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี 0.9418 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามมีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

ความพึงพอใจต่อบริการ (Customer Satisfaction) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกของบริการ 0.9255 รองลงมาคือ ความถูกต้องของบริการ 0.9205 และน้อยที่สุดคือ ระบบการให้บริการที่ดี 0.8991 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจต่อบริการ (Customer Satisfaction) ต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี 0.9318 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามมีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

การร้องเรียน (Customer Complaints) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะบอกปัญหาที่ท่านได้ประสบไปยังคนที่รู้จัก 0.9902 รองลงมาบอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ 0.9887 และน้อยที่สุดร้องเรียนปัญหาไปยังโรงพยาบาล 0.9772 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในแบบสอบถามเรื่องการร้องเรียน (Customer Complaints) ต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี 0.9843 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามมีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีจะใช้บริการต่อไปในอนาคต 0.9542 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ในแบบสอบถามเรื่องความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาล ราชวิถี 0.9015 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าแบบสอบถามมีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี โดยใช้เครื่องมือตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการอธิบายกลุ่มประชากรที่เก็บรวบรวมข้อมูล และสรุปผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ Stata ในการทดสอบสมมติฐาน โดยมีสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ T-test, F-test และ Correlation

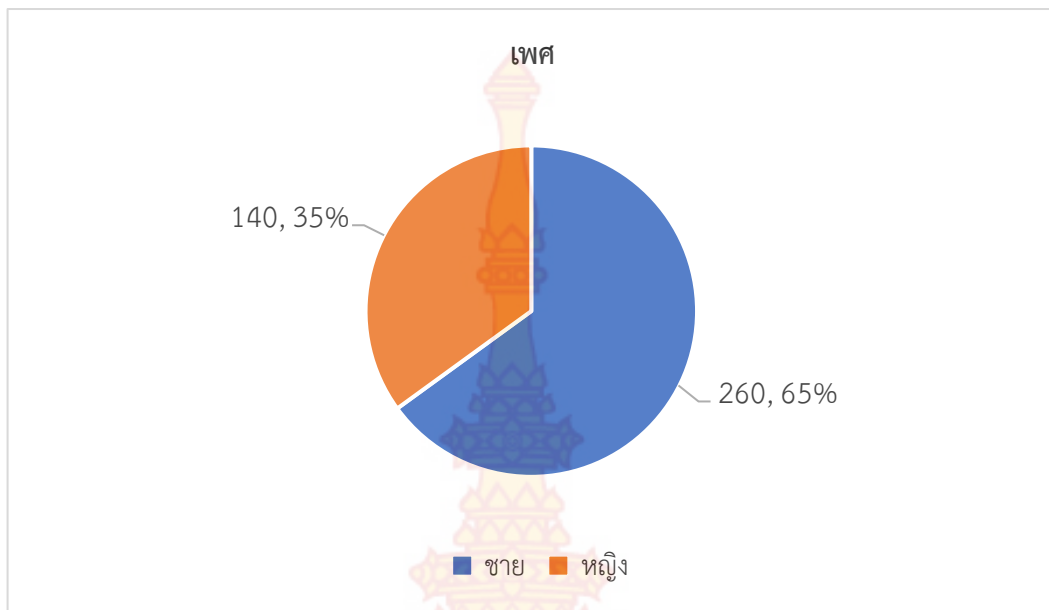
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึง อายุ 41 ปีขึ้นไป ผลการวิจัยมีดังนี้

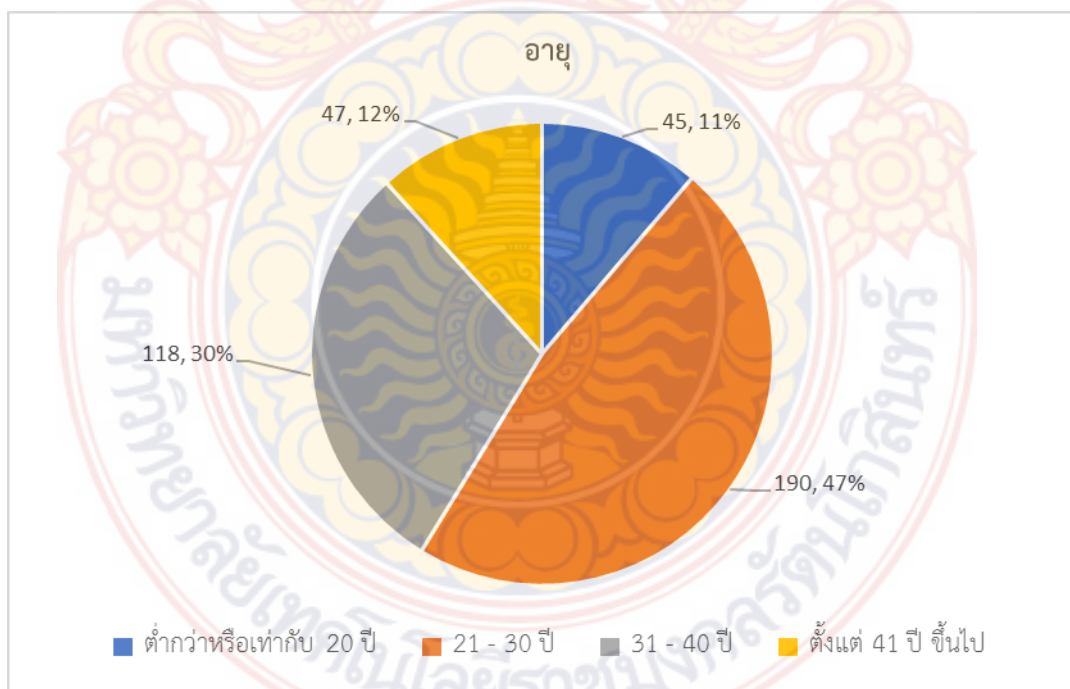
- 4.1 ผลการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของการใช้บริการ
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ
- 4.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ
- 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์

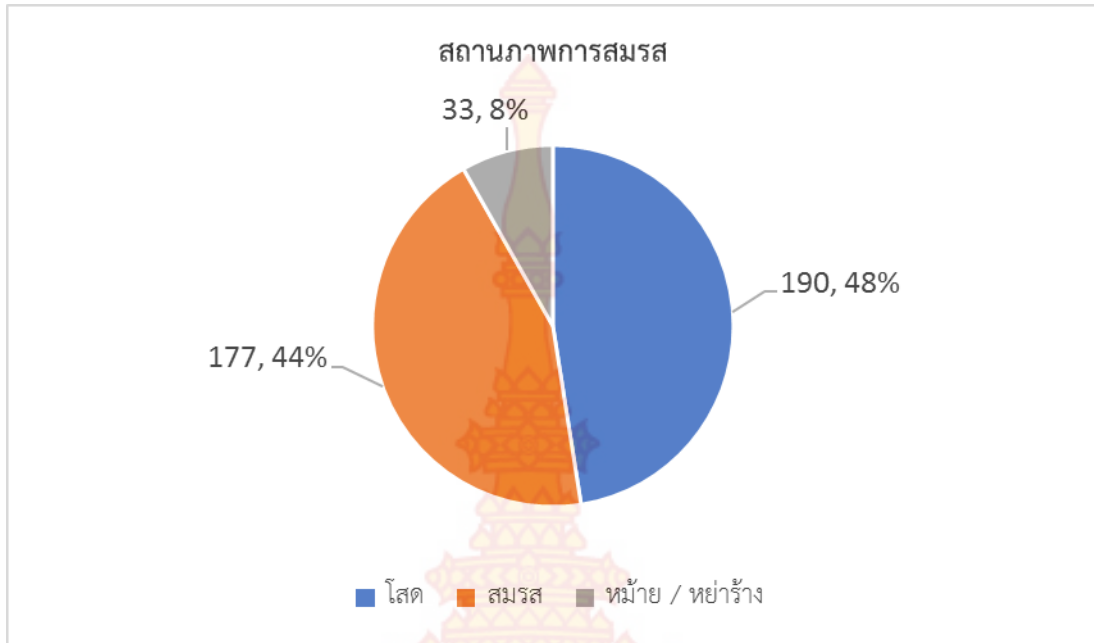
จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21 - 30 ปี 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47 สถานภาพการสมรสโสด 190 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ระดับการศึกษาอยู่ในช่วงกำลังศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาตรี 262 คน คิดเป็นร้อยละ 66 ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 ดังรูปภาพที่ 4.1 - 4.6



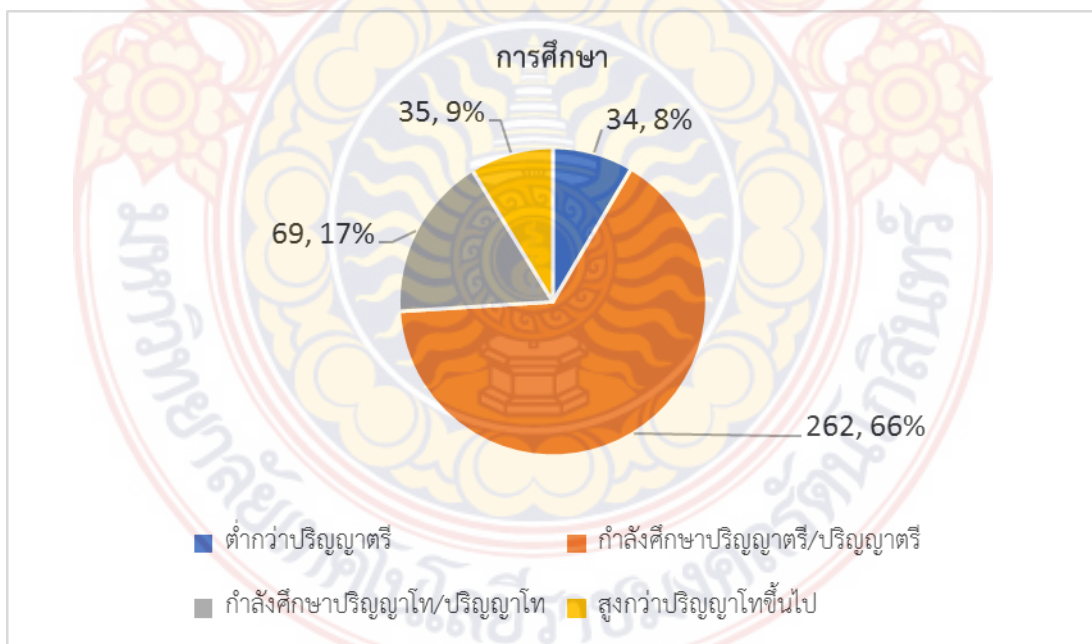
ภาพที่ 4.1 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามเพศ



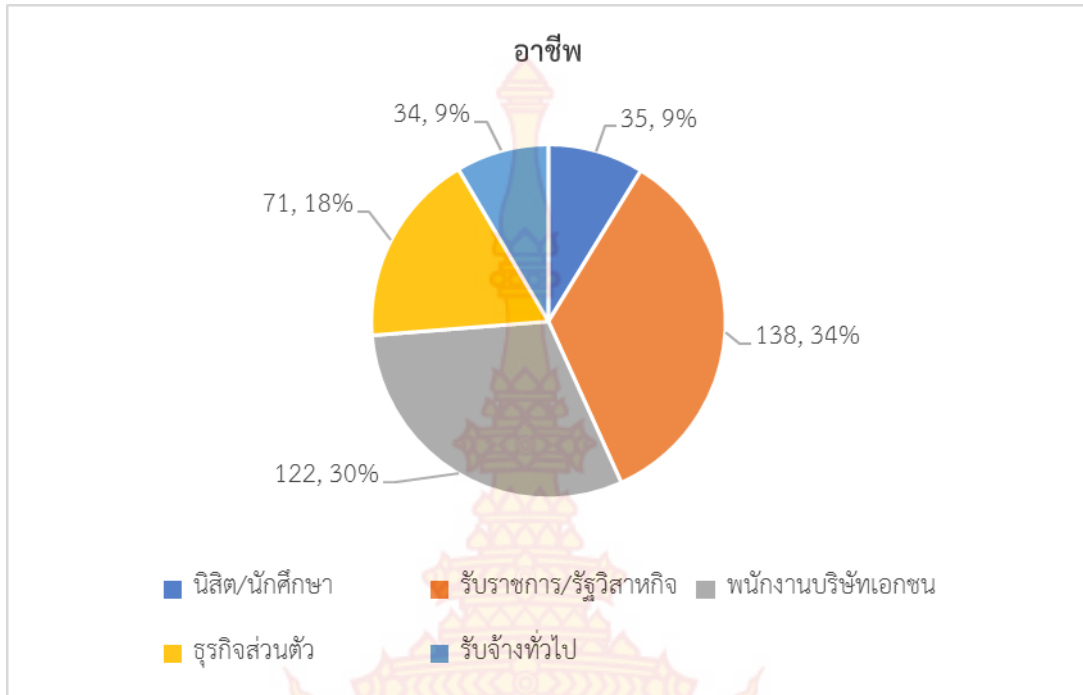
ภาพที่ 4.2 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอายุ



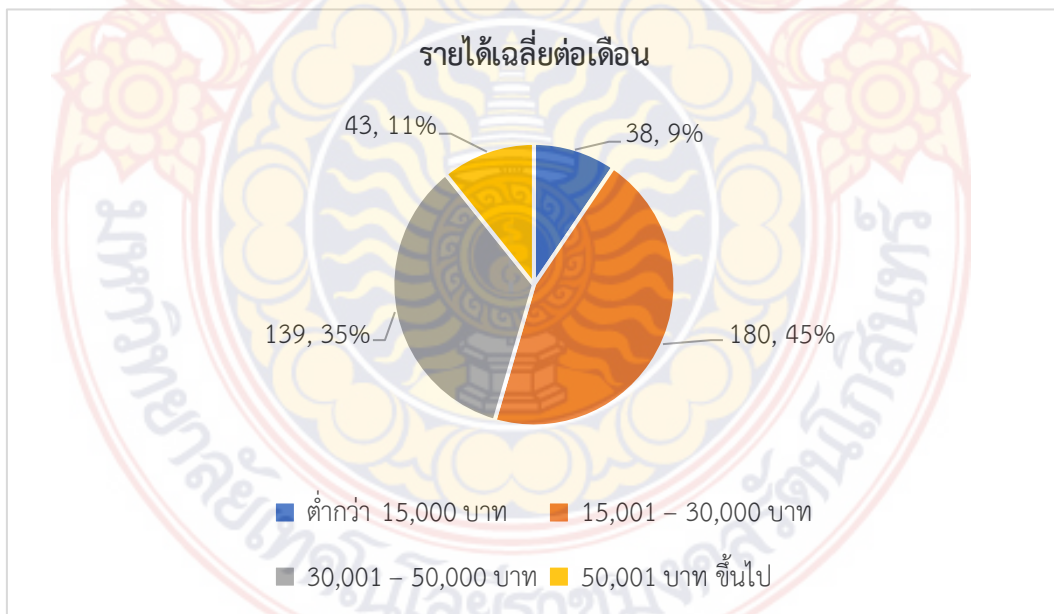
ภาพที่ 4.3 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสถานภาพการสมรส



ภาพที่ 4.4 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระดับการศึกษา



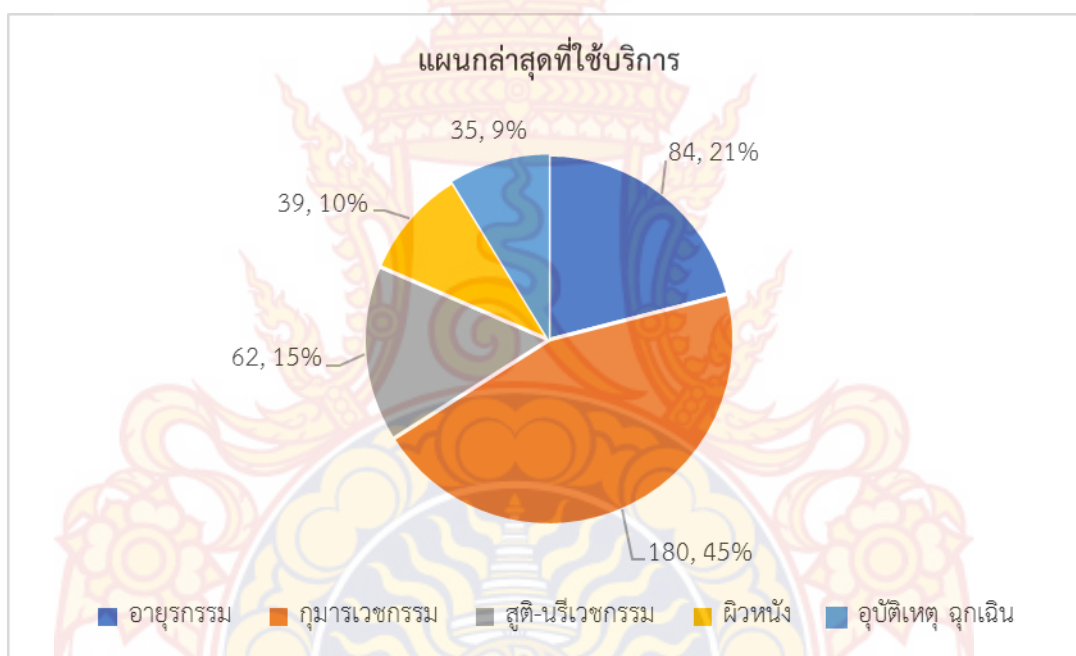
ภาพที่ 4.5 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามอาชีพ



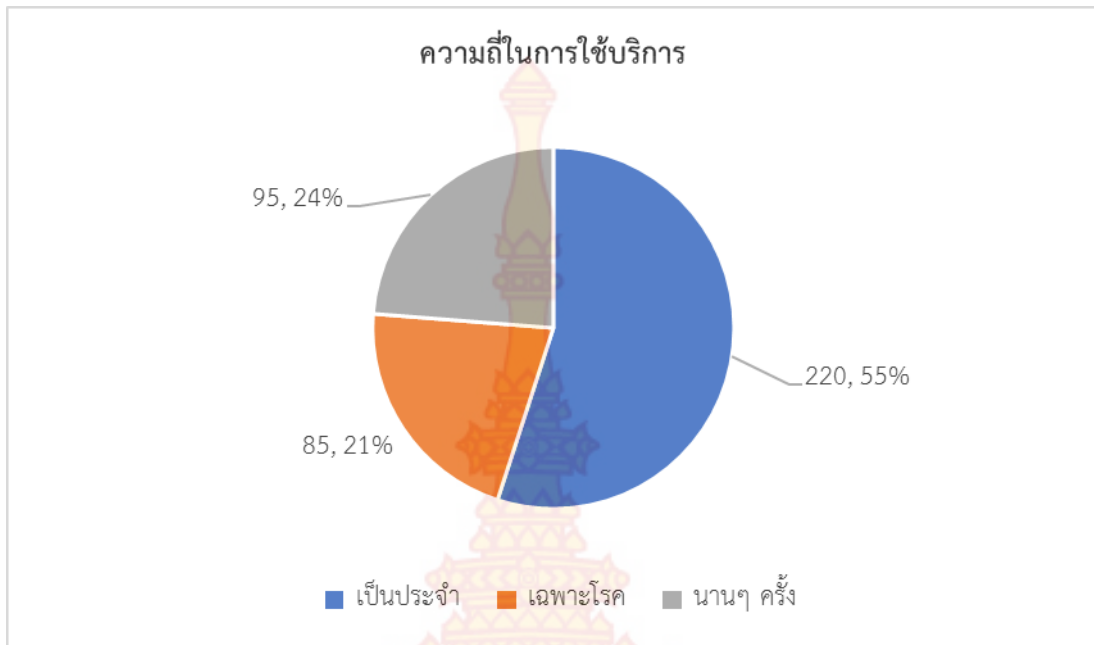
ภาพที่ 4.6 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของการใช้บริการ

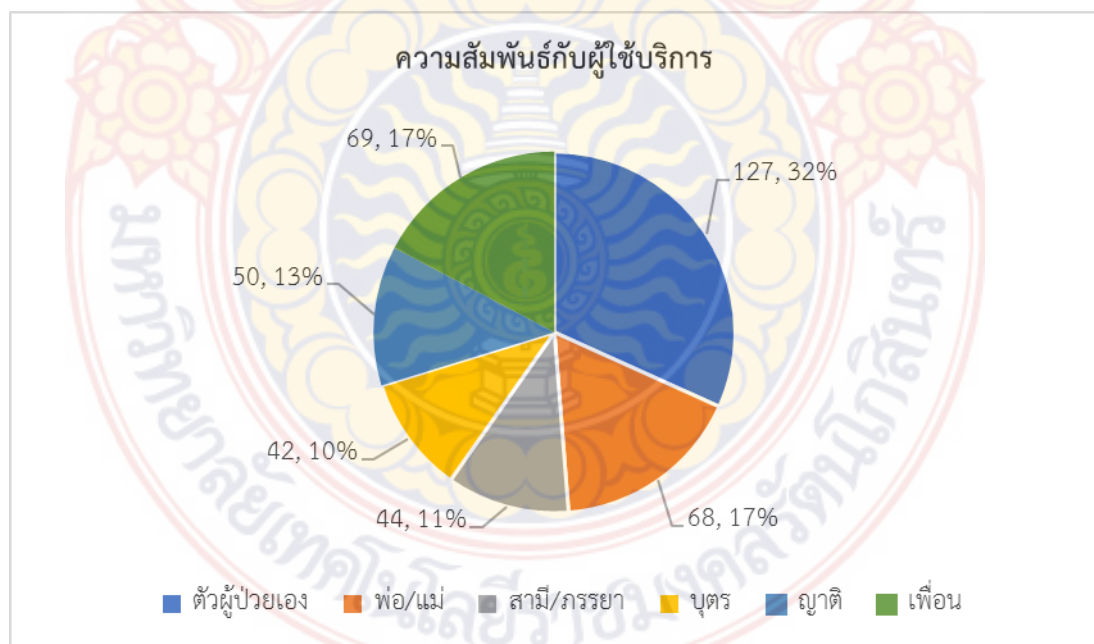
จากการศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี" พบว่า พฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาล ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการแผนกกุมารเวชกรรม 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 โดยจะใช้บริการเป็นประจำ 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 เนื่องจากเป็นผู้ป่วยเอง 127 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ระยะเวลารอพบแพทย์น้อยกว่า 15 นาที 202 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ระยะเวลาตรวจเลือดน้อยกว่า 15 นาที 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 ระยะเวลารอรับยาน้อยกว่า 15 นาที 187 คน คิดเป็นร้อยละ 47 สาเหตุที่เลือกใช้บริการเนื่องจากการเดินทางสะดวก 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 โดยใช้รถโดยสารสาธารณะ 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และชำระเป็นเงินสด 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53 ดังภาพที่ 4.7 - 4.15



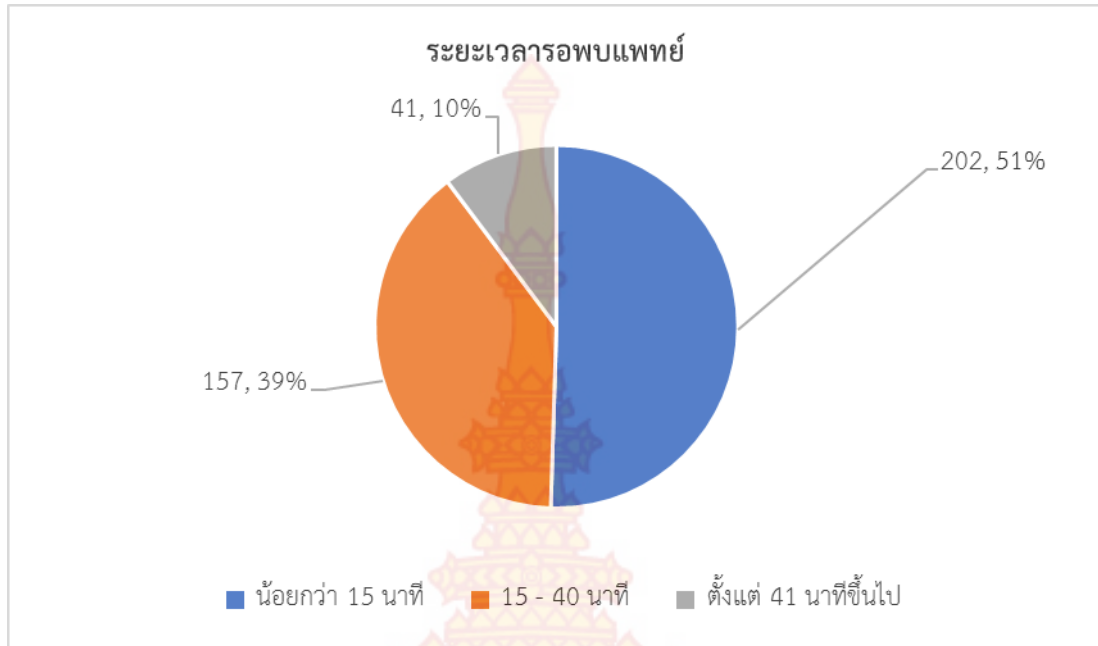
ภาพที่ 4.7 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามแผนกล่าสุดที่ใช้บริการ



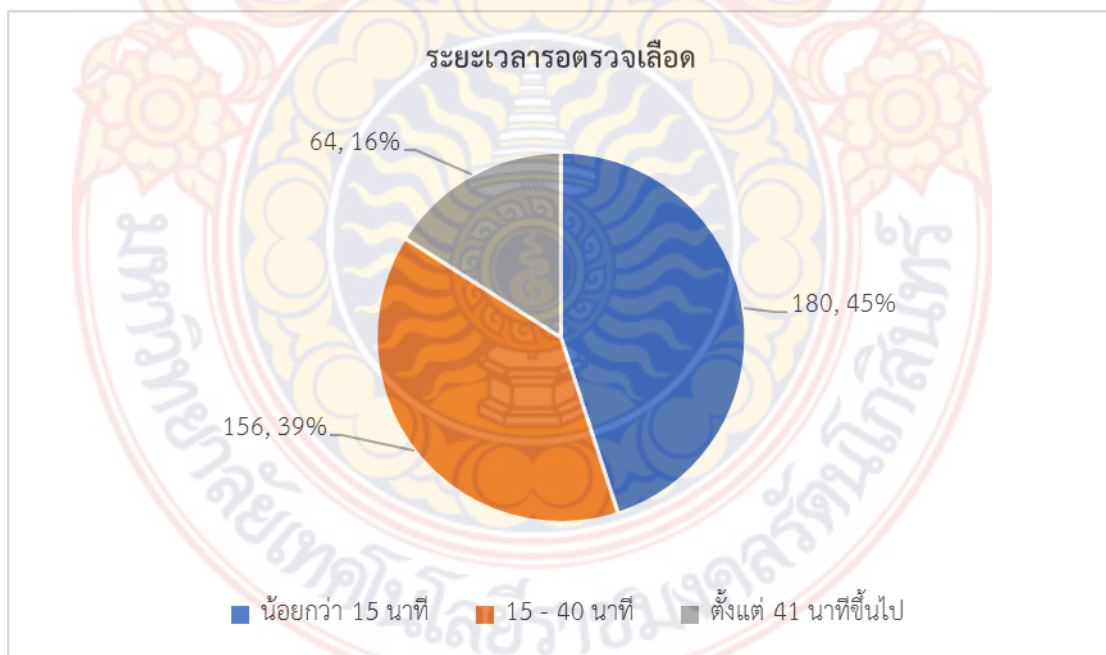
ภาพที่ 4.8 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามความถี่ในการใช้บริการ



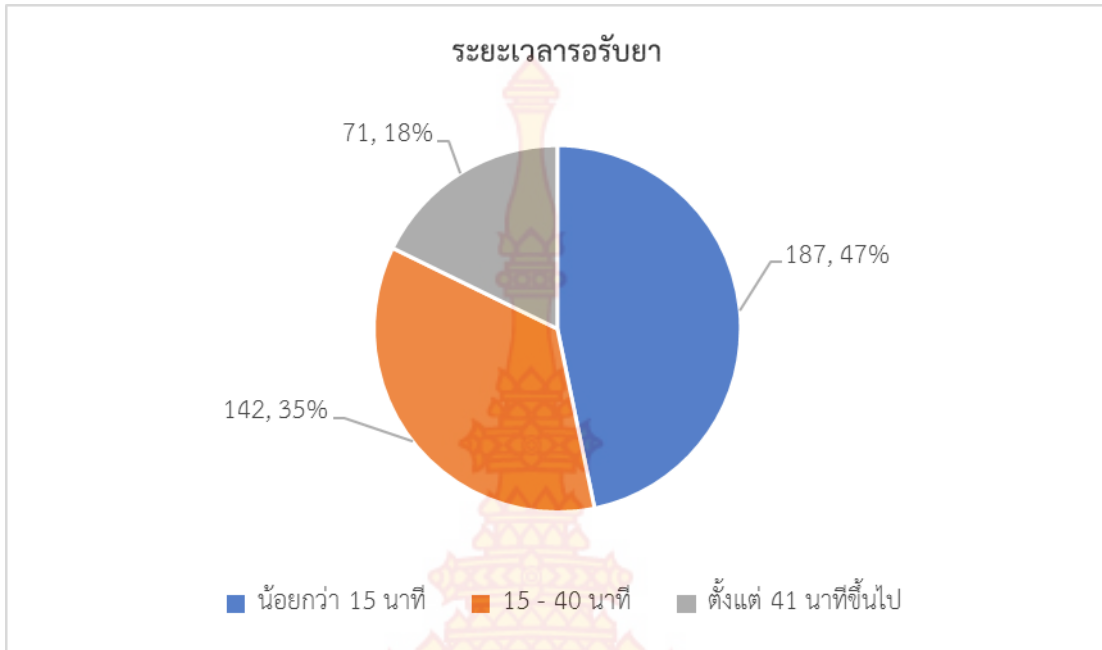
ภาพที่ 4.9 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ



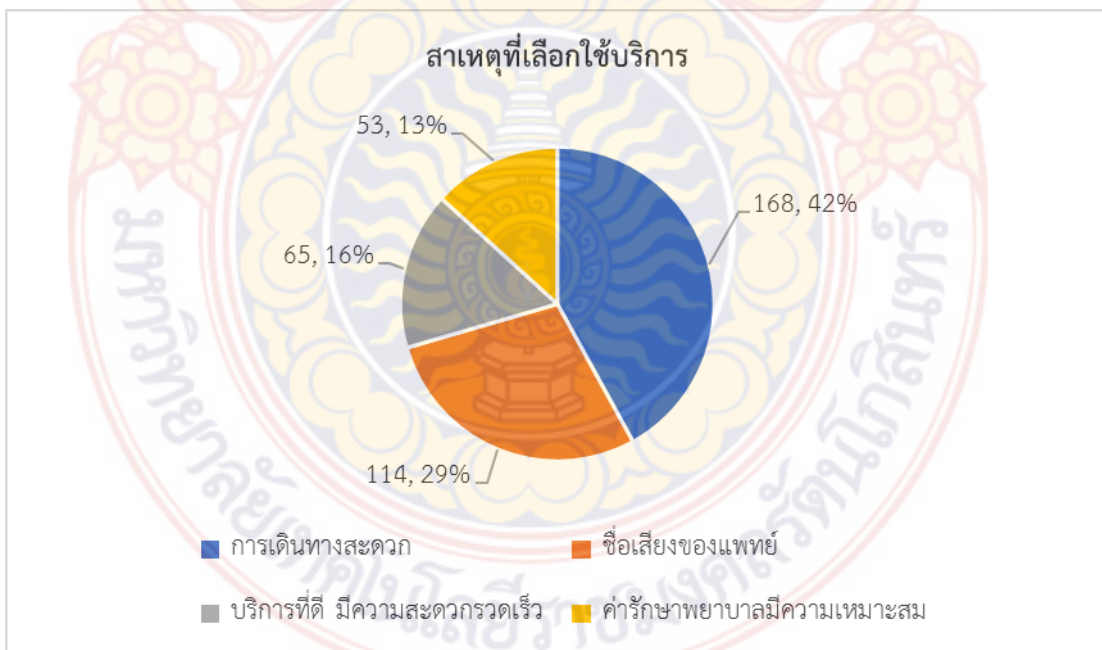
ภาพที่ 4.10 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระยะเวลาการพบแพทย์



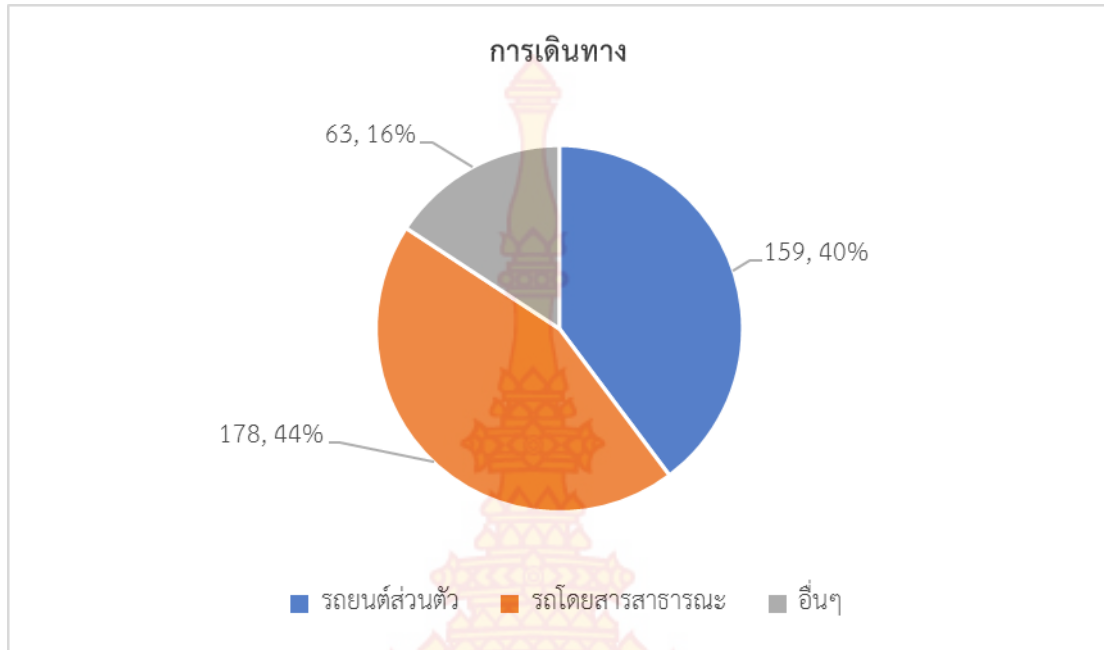
ภาพที่ 4.11 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระยะเวลาการตรวจเลือด



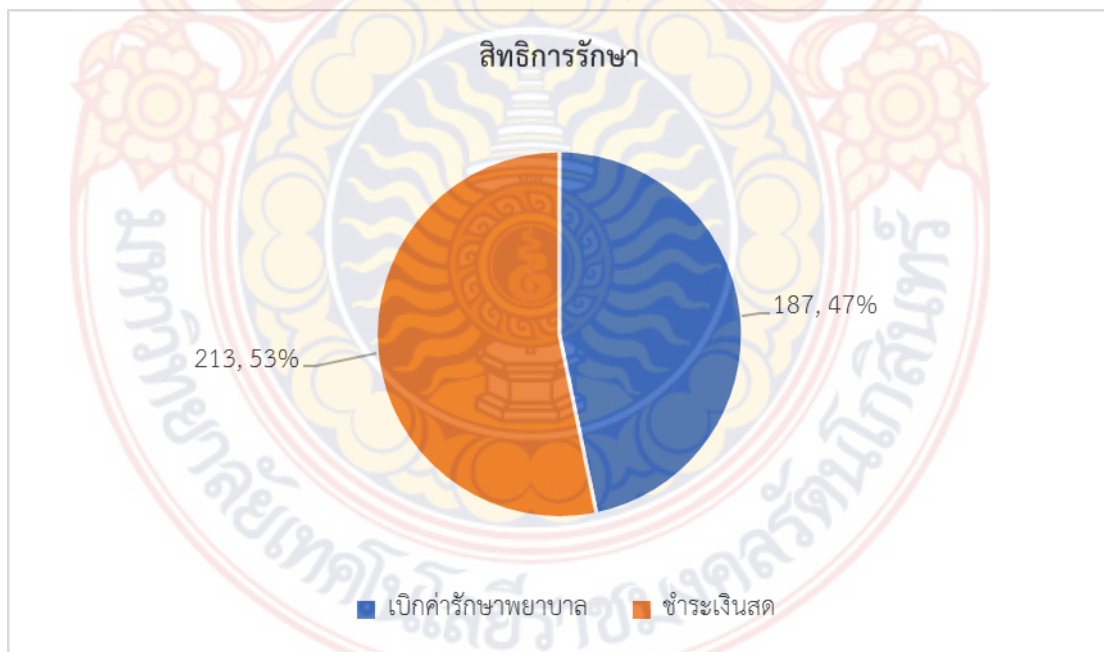
ภาพที่ 4.12 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามระยะเวลาารรับยา



ภาพที่ 4.13 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสาเหตุที่เลือกใช้บริการ



ภาพที่ 4.14 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามการเดินทาง



ภาพที่ 4.15 แสดงร้อยละตามปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งตามสิทธิการรักษา

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ

จากผลการสำรวจตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถามมาตราวัด 5 ระดับ Likert Scale จำแนกตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ไม่แสดงความคิดเห็น ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามได้ผลสำรวจดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการใช้บริการ (Customer Expectations) โดยมีความคาดหวังเรื่องการบริการลงทะเบียนได้รวดเร็วมากที่สุด อยู่ในระดับ 4.48 รองลงมาคือ รอรับยาไม่นาน อยู่ที่ระดับ 4.42 และน้อยที่สุดคือ รอรับการรักษาไม่นาน อยู่ที่ระดับ 4.33

กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองต่อคุณภาพการให้บริการ (Perceived Quality) โดยให้ความสำคัญเรื่องการได้รับบริการเท่าเทียมกัน อยู่ที่ระดับ 4.28 รองลงมาคือ การบริการที่สุภาพดี อยู่ที่ระดับ 4.27 และน้อยที่สุดคือ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว อยู่ที่ระดับ 4.15

กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองคุณค่าของการให้บริการ (Perceived Value) ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า อยู่ในระดับ 4.24 รองลงมาคือ ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า อยู่ที่ระดับ 4.21 น้อยที่สุดคือ ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า อยู่ที่ระดับ 4.08

กลุ่มตัวอย่างมีมุมมองต่อภาพลักษณ์ของบริการ (Image) ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความน่าเชื่อถือ อยู่ที่ระดับ 4.26 รองลงมา คือ การได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล อยู่ที่ระดับ 4.21 และน้อยที่สุดคือ การมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ อยู่ที่ระดับ 4.17

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ (Customer Satisfaction) โดยพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องความเร็วของบริการ อยู่ที่ระดับ 4.30 รองลงมาคือ ความสะอาดของบริการ และระบบการให้บริการที่ดี อยู่ที่ระดับ 4.28 และน้อยที่สุดคือ ความถูกต้องของบริการ อยู่ที่ระดับ 4.22

กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสในการร้องเรียนของผู้ใช้บริการ (Customer Complaints) โดยจะบอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด อยู่ที่ระดับ 1.18 และน้อยที่สุดคือ ร้องเรียนปัญหาไปยังโรงพยาบาล และบอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก อยู่ที่ระดับ 1.17

กลุ่มตัวอย่างมีความภักดี (Customer Loyalty) ซึ่งผู้ให้บริการส่วนมากจะใช้บริการต่อไปในอนาคต อยู่ที่ระดับ 4.31 และน้อยที่สุดคือ การบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก อยู่ในระดับ 4.29 รายละเอียดเพิ่มเติมดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation)						
บริการลงทะเบียนได้รวดเร็ว	2	11	33	89	265	4.48
	0.5%	2.6%	9.8%	23.1%	64.1%	
รอรับการรักษาไม่นาน	5	14	41	114	226	4.33
	1.2%	3.3%	11.7%	28.9%	55.0%	
รอรับยาไม่นาน	1	9	42	107	241	4.42
	0.2%	2.1%	11.9%	27.3%	58.5%	
รอจ่ายเงินไม่นาน	2	11	47	101	239	4.38
	0.5%	2.6%	13.1%	25.9%	58.0%	
มุมมองต่อคุณภาพบริการ (Perceived Quality)						
มีบริการที่สุภาพดี	3	12	50	138	197	4.27
	0.7%	2.8%	13.8%	34.5%	48.3%	
การบริการที่สะดวกรวดเร็ว	5	20	61	135	179	4.15
	1.2%	4.7%	16.3%	33.8%	44.1%	
มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี	3	15	62	120	200	4.23
	0.7%	3.5%	16.6%	30.3%	49.0%	
ได้รับการบริการเท่าเทียมกัน	3	11	50	135	201	4.28
	0.7%	2.6%	13.8%	33.8%	49.2%	
มุมมองต่อคุณค่า (Perceived Value)						
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	3	9	55	148	185	4.24
	0.7%	2.1%	14.9%	36.8%	45.5%	
ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	2	11	55	160	172	4.21
	0.5%	2.6%	14.9%	39.6%	42.4%	
ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า	3	20	78	139	160	4.08
	0.7%	4.7%	20.3%	34.7%	39.6%	
มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม	4	10	63	155	168	4.17
	0.9%	2.3%	16.8%	38.5%	41.5%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

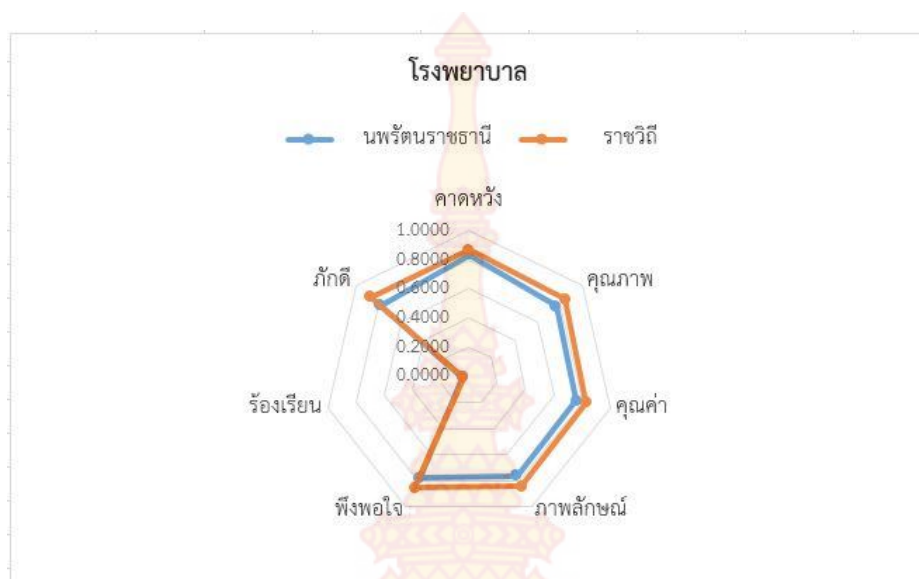
	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
ภาพลักษณ์ (Image)						
มีความเชื่อถือได้	1	6	64	139	190	4.26
	0.2%	1.4%	17.0%	34.7%	46.6%	
มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ	2	12	55	172	159	4.17
	0.5%	2.8%	14.9%	42.4%	39.4%	
มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ	1	12	60	162	165	4.18
	0.2%	2.8%	16.1%	40.1%	40.8%	
ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล	2	9	59	157	173	4.21
	0.5%	2.1%	15.9%	38.9%	42.7%	
ความพึงพอใจต่อบริการ (Customer Satisfaction)						
ความสะอาดของบริการ	3	6	56	139	196	4.28
	0.7%	1.4%	15.2%	34.7%	48.0%	
ความรวดเร็วของบริการ	3	6	50	143	198	4.30
	0.7%	1.4%	13.8%	35.7%	48.5%	
ความถูกต้องของบริการ	5	6	64	141	184	4.22
	1.2%	1.4%	17.0%	35.2%	45.2%	
ระบบการให้บริการที่ดี	4	4	52	150	190	4.28
	0.9%	0.9%	14.2%	37.3%	46.6%	
การร้องเรียน (Customer Complaints)						
ร้องเรียนกับผู้บริหารโรงพยาบาล	364	13	11	9	3	1.17
	91.6%	3.0%	2.6%	2.1%	0.7%	
บอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก	368	9	7	14	2	1.17
	92.5%	2.1%	1.6%	3.3%	0.5%	
บอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	368	9	5	13	5	1.18
	92.5%	2.1%	1.2%	3.0%	1.2%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)						
คุณจะใช้บริการต่อไปในอนาคต	3	6	44	151	196	4.31
	0.7%	1.4%	12.4%	37.5%	48.0%	
คุณจะทำบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก	3	6	52	144	195	4.29
	0.7%	1.4%	14.2%	35.9%	47.8%	

4.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

จากตารางที่ 4.2 ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ค่าเฉลี่ย 0.7807 น้อยกว่าผู้ให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ค่าเฉลี่ย 0.8556 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ค่าเฉลี่ย 0.8338 น้อยกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ค่าเฉลี่ย 0.8687 คุณภาพของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีที่ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ ค่าเฉลี่ย 0.7699 น้อยกว่าคุณภาพของบริการโรงพยาบาลราชวิถีที่ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ ค่าเฉลี่ย 0.8487 คุณค่าของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีที่ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ ค่าเฉลี่ย 0.7614 น้อยกว่าคุณค่าของบริการโรงพยาบาลราชวิถีที่ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ ค่าเฉลี่ย 0.8289 ภาพลักษณ์ของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ค่าเฉลี่ย 0.7610 น้อยกว่าภาพลักษณ์ของบริการโรงพยาบาลราชวิถี ค่าเฉลี่ย 0.8403 ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการนพรัตนราชธานี ค่าเฉลี่ย 0.0470 มากกว่าข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ค่าเฉลี่ย 0.0403 ในขณะที่ความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ค่าเฉลี่ย 0.7813 น้อยกว่าความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ค่าเฉลี่ย 0.8696 โดยสรุปจะเห็นว่าโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีมีระดับคะแนนน้อยกว่าโรงพยาบาลราชวิถีในทุก ๆ ด้าน ยกเว้นข้อร้องเรียนที่โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี มีระดับคะแนนสูงกว่า ดังภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.16 ระดับความความคิดเห็นที่มีต่อโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.5.1 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ตัวแปรทั้งหมดตามกรอบแนวความคิดแบบจำลอง ACSI ทำให้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยใช้มาตราวัด 5 ระดับแบบ Likert Scale ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 5 ประกอบไปด้วยความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Customer Expectations) คุณภาพของบริการ (Perceived Quality) คุณค่าของบริการ (Perceived Value) ภาพลักษณ์ของบริการ (Image) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction) การร้องเรียนของผู้ใช้บริการ (Customer Complaints) และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ (Customer Loyalty) ที่มีต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้งหมดของแบบจำลอง ACSI โดยจำแนกตามลักษณะตามประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงพฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ได้แก่ แผนกล่าสุดที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ ระยะเวลารอพบแพทย์ ระยะเวลารอตรวจเลือด ระยะเวลารอรับยา สาเหตุที่เลือกใช้บริการ การเดินทาง และสิทธิการรักษาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า

โรงพยาบาลต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยผู้ให้บริการโรงพยาบาลราชวิถีมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี เนื่องมาจากการจัดการความคาดหวังของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการให้บริการที่ทำให้ผู้ให้บริการสามารถ

รับรู้ได้ถึงคุณค่า และภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลราชวิถีที่มีความน่าเชื่อถือ จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 1 (H1): ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า

เพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากโรงพยาบาลสามารถจัดการความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ตรงตามที่ถูกค่าคาดหวังไว้ จึงทำให้ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

อายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อายุ 21 - 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด อาจเนื่องมาจากทางโรงพยาบาลการบริการที่รวดเร็ว รอคิวไม่นาน ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้

สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด อาจเนื่องมาจากบุคคลที่มีสถานภาพโสดยังไม่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่ค่อนข้างมาก ในขณะที่บุคคลที่มีสถานภาพสมรสกลับต้องคิดถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่ต้องจ่าย จึงทำให้ต้องความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น อาจเนื่องจากระดับการศึกษามีผลต่อประสิทธิภาพคิดไตร่ตรองข้อมูล ยิ่งบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะต้องใช้เหตุผล และข้อมูลในการคิดวิเคราะห์มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำกว่า

อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมาจากทางโรงพยาบาลสามารถให้บริการผู้ป่วยได้อย่างเท่าเทียมกัน จึงทำให้ผู้ใช้บริการไม่รู้สึกถึงความแตกต่างของระดับอาชีพที่ต่างกัน

รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 - 30,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากบุคคลที่มีรายได้อยู่ในระดับกลางถือว่ามีความสามารถในการจับจ่ายมากกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อย

จากการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีพบว่า

แผนกล่าสุดที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่ใช้แผนกกุมารเวชกรรมมีความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากคุณภาพที่ผู้ใช้บริการได้รับมีความ

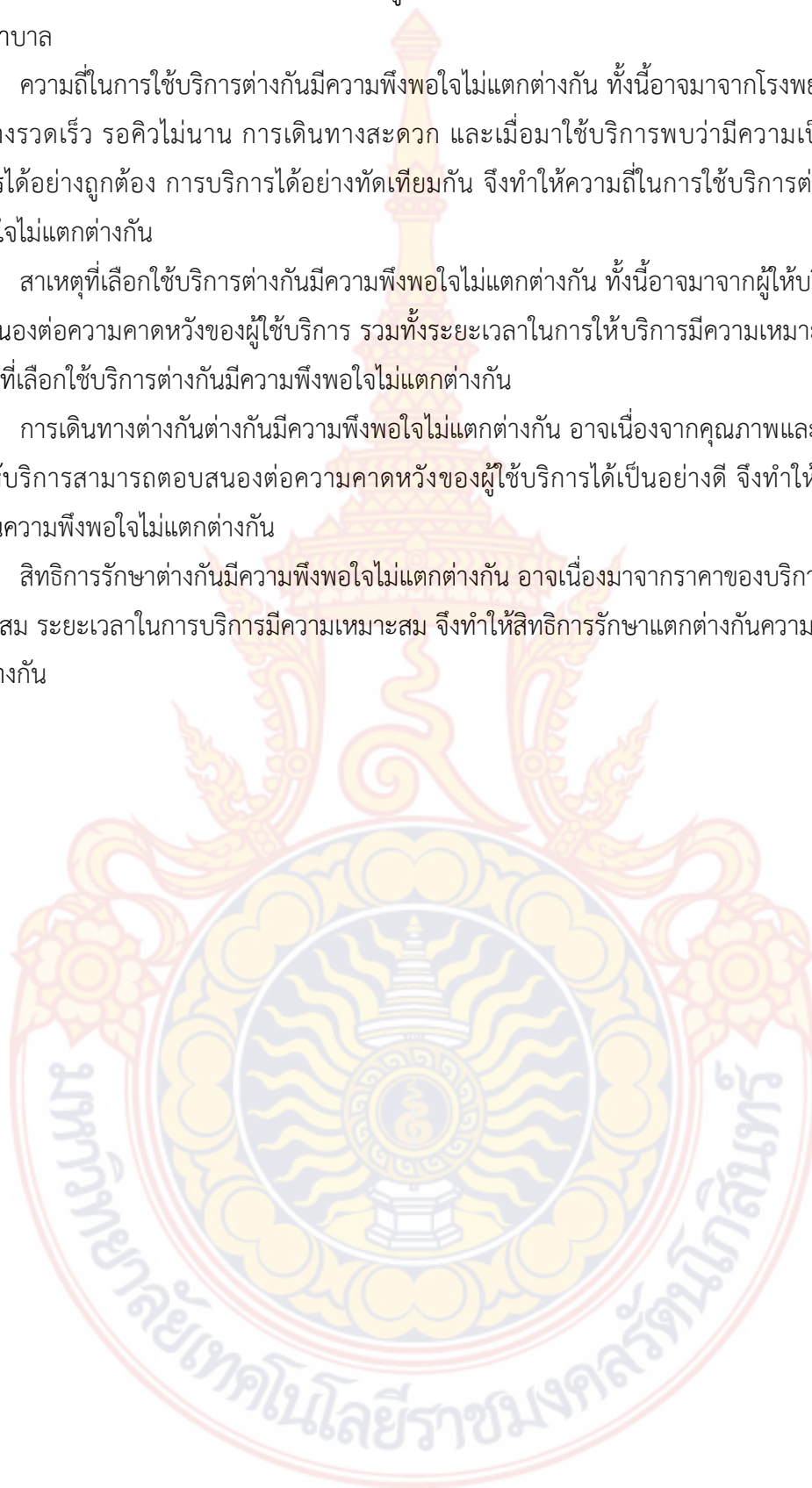
คุ้มค้ำกับราคาและเวลาที่ต้องเสียไป ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อโรงพยาบาล

ความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมาจากโรงพยาบาลบริการได้อย่างรวดเร็ว รอคิวไม่นาน การเดินทางสะดวก และเมื่อมาใช้บริการพบว่ามีความเป็นมาตรฐาน บริการได้อย่างถูกต้อง การบริการได้อย่างทัดเทียมกัน จึงทำให้ความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สาเหตุที่เลือกใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมาจากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ รวมทั้งระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม จึงทำให้สาเหตุที่เลือกใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

การเดินทางต่างกันต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี จึงทำให้การเดินทางต่างกันความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สิทธิการรักษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากราคาของบริการมีความเหมาะสม ระยะเวลาในการบริการมีความเหมาะสม จึงทำให้สิทธิการรักษาแตกต่างกันความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.2 แสดงการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะตามประชากรศาสตร์

	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	พึงพอใจ	ร้องเรียน	ภักดี
<u>โรงพยาบาล</u>								
นพรัตนราชธานี	200	0.8338	0.7699	0.7614	0.7610	0.7807	0.0470	0.7813
ราชวิถี	200	0.8687	0.8487	0.8289	0.8403	0.8556	0.0403	0.8696
t-test		1.9115 *	4.1734 ***	3.7711 ***	4.5940 ***	4.2081 ***	0.4233	4.9071 ***
<u>เพศ</u>								
ชาย	260	0.8491	0.8106	0.7965	0.8068	0.8236	0.0451	0.8273
หญิง	140	0.8538	0.8042	0.7906	0.7875	0.8062	0.0414	0.8192
t-test		0.2476	0.3212	0.3138	1.0565	0.9268	0.2233	0.4246
<u>อายุ</u>								
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	45	0.8292	0.7847	0.7533	0.7676	0.7972	0.1537	0.8028
21 - 30 ปี	190	0.8747	0.8275	0.8138	0.8210	0.8428	0.0383	0.8500
31 - 40 ปี	118	0.8358	0.7892	0.7891	0.7889	0.7997	0.0219	0.8057
ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	47	0.8138	0.8045	0.7660	0.7704	0.7779	0.0248	0.7899
F-test		2.1519 *	1.2559	1.8206	1.9430	2.5172 *	8.2670 ***	2.3534 *

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	พึงพอใจ	ร้องเรียน	ภักดี
<u>สถานภาพการสมรส</u>								
โสด	190	0.8696	0.8350	0.8250	0.8293	0.8474	0.0413	0.8498
สมรส	177	0.8331	0.7809	0.7606	0.7688	0.7876	0.0368	0.7979
หย่าร้าง/หม้าย	33	0.8333	0.7955	0.7924	0.7879	0.7955	0.0985	0.8144
F-test		1.9874	3.7670 **	5.8971 ***	5.5905 ***	5.3508 ***	2.0492	3.7234 **
<u>การศึกษา</u>								
ต่ำกว่าปริญญาตรี	34	0.8438	0.8290	0.7750	0.7880	0.7849	0.0760	0.7904
กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี	262	0.8665	0.8185	0.8108	0.8136	0.8385	0.0319	0.8428
กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท	69	0.8217	0.7869	0.7614	0.7685	0.7791	0.0473	0.7926
สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป	35	0.8089	0.7625	0.7671	0.7810	0.7786	0.0952	0.7929
F-test		1.9062	1.3168	1.9709	1.5518	3.2479 **	2.1026 *	2.3454 *

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	คาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	พึงพอใจ	ร้องเรียน	ภักดี
<u>อาชีพ</u>								
นิสิต/นักศึกษา	35	0.8250	0.7536	0.7129	0.7429	0.7893	0.1452	0.8036
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	138	0.8522	0.8133	0.8098	0.8066	0.8117	0.0270	0.8201
พนักงานบริษัทเอกชน	122	0.8551	0.8111	0.8053	0.8125	0.8305	0.0303	0.8456
ธุรกิจส่วนตัว	71	0.8688	0.8403	0.7981	0.8107	0.8333	0.0247	0.8256
รับจ้างทั่วไป	34	0.8106	0.7538	0.7576	0.7500	0.7784	0.1111	0.7765
F-test		0.7325	1.8450	2.3497 *	1.7536	0.8916	5.9041 ***	1.0465
<u>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</u>								
ต่ำกว่า 15,000 บาท	38	0.8289	0.7862	0.7408	0.7708	0.7878	0.0921	0.7862
15,001 – 30,000 บาท	180	0.8824	0.8405	0.8325	0.8359	0.8553	0.0331	0.8634
30,001 – 50,000 บาท	139	0.8247	0.7768	0.7641	0.7718	0.7924	0.0364	0.7978
50,001 บาทขึ้นไป	43	0.8216	0.7930	0.7760	0.7622	0.7630	0.0712	0.7786
F-test		3.3399 **	3.2323 **	5.2572 ***	4.8031 ***	5.3367 ***	1.9443 ***	5.2121 ***

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	คาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	พึงพอใจ	ร้องเรียน	ภักดี
<u>แผนกล่าสุดที่ใช้บริการ</u>								
อายุกรรม	84	0.8530	0.8240	0.8100	0.8198	0.8057	0.0270	0.8090
กุมารเวชกรรม	180	0.8640	0.8260	0.8190	0.8216	0.8435	0.0413	0.8520
สูติ-นรีเวชกรรม	62	0.8273	0.7970	0.7610	0.7622	0.7943	0.0440	0.8040
ผิวหนัง	39	0.8526	0.7660	0.7440	0.7682	0.7997	0.0684	0.8080
อุบัติเหตุฉุกเฉิน	35	0.8125	0.7350	0.7350	0.7353	0.7482	0.0662	0.7500
F-test		0.8802	2.2080 *	3.2000 **	3.1420 **	2.6368 **	0.5833	2.8060 **
<u>ความถี่ในการใช้บริการ</u>								
เป็นประจำ	220	0.8694	0.8250	0.8180	0.8187	0.8319	0.0454	0.8420
เฉพาะโรค	85	0.8287	0.7890	0.7840	0.8009	0.8017	0.0617	0.8130
นาน ๆ ครั้ง	95	0.8604	0.8150	0.7970	0.7986	0.8243	0.0472	0.8290
F-test		1.1651	0.7930	1.5070	1.2070	0.7177	0.7955	0.9040

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	คาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	พึงพอใจ	ร้องเรียน	ภักดี
<u>ความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ</u>								
ตัวผู้ป่วยเอง	127	0.8569	0.8178	0.8038	0.8097	0.8290	0.0287	0.8355
พ่อ/แม่	68	0.8231	0.7686	0.7521	0.7473	0.7566	0.0479	0.7686
สามี/ภรรยา	44	0.8294	0.7703	0.7595	0.7725	0.7838	0.1779	0.7905
บุตร	42	0.8464	0.8137	0.8077	0.8196	0.7720	0.0813	0.8673
ญาติ	50	0.8112	0.7650	0.7625	0.7600	0.7363	0.0350	0.8125
เพื่อน	69	0.8262	0.7837	0.7759	0.7793	0.7290	0.0660	0.8497
F-test		0.9126	2.0051	2.2595	2.8705 *	3.7565 **	14.7944 ***	3.1884 **
<u>ระยะเวลาารพบแพทย์</u>								
น้อยกว่า 15 นาที	202	0.9214	0.8446	0.8100	0.8345	0.8625	0.1095	0.8750
15 - 40 นาที	157	0.8832	0.8464	0.8271	0.8271	0.8388	0.0304	0.8458
ตั้งแต่ 41 นาทีขึ้นไป	41	0.8310	0.8001	0.7878	0.7914	0.8067	0.0388	0.8154
F-test		3.8717 ***	2.9710 **	1.9521	2.0135	1.7018	2.1940 *	1.9168

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	คาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	พึงพอใจ	ร้องเรียน	ภักดี
<u>ระยะเวลารอตรวจเลือด</u>								
น้อยกว่า 15 นาที	180	0.8728	0.8263	0.8128	0.8094	0.8402	0.0140	0.8485
15 - 40 นาที	156	0.8690	0.8204	0.8008	0.8122	0.8175	0.0503	0.8333
ตั้งแต่ 41 นาทีขึ้นไป	64	0.8083	0.7827	0.7671	0.7726	0.7833	0.0484	0.7881
F-test		2.2607 *	0.9200	1.0617	1.2394	1.5454	1.5649	1.5157
<u>ระยะเวลารอรับยา</u>								
น้อยกว่า 15 นาที	187	0.8596	0.8202	0.8056	0.8097	0.8222	0.0307	0.8382
15 - 40 นาที	142	0.8331	0.7952	0.7830	0.7972	0.8002	0.0171	0.7980
ตั้งแต่ 41 นาทีขึ้นไป	71	0.8582	0.7957	0.7933	0.7813	0.8317	0.0625	0.8293
F-test		0.6481	0.5284	0.8298	1.0702	1.0253	3.6396 ***	1.6292
<u>สาเหตุที่เลือกใช้บริการ</u>								
การเดินทางสะดวก	168	0.8841	0.8417	0.8288	0.8238	0.8378	0.0781	0.8426
ชื่อเสียงของแพทย์	114	0.8676	0.8275	0.8102	0.8149	0.8228	0.0544	0.8323
บริการที่ดี มีความสะดวกรวดเร็ว	65	0.7976	0.7690	0.7467	0.7554	0.7880	0.0725	0.7826
ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม	53	0.8398	0.7928	0.7803	0.7910	0.8118	0.0149	0.8217
F-test		2.6883 **	2.2477 *	2.5008 *	1.7995	0.7895	3.7716 **	1.0540

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	คาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	พึงพอใจ	ร้องเรียน	ภักดี	
<u>การเดินทาง</u>									
รถยนต์ส่วนตัว	159	0.9435	0.9013	0.8978	0.9044	0.8709	0.0504	0.9655	
รถโดยสารสาธารณะ	178	0.9375	0.9105	0.9039	0.9059	0.8736	0.0439	0.9461	
อื่น ๆ	63	0.9428	0.8790	0.8829	0.8789	0.8523	0.0656	0.9441	
	F-test	0.1543	0.9162	0.3850	0.8065	0.4215	0.1967	1.2447	
<u>สิทธิการรักษา</u>									
เบิกค่ารักษาพยาบาล	187	0.7443	0.6943	0.6826	0.7057	0.7089	0.1829	0.7159	
ชำระเงินสด	213	0.8236	0.6943	0.6678	0.7235	0.7132	0.3790	0.6438	
	t-test	3.7290	***	0.0018	0.8302	0.9880	0.2298	6.7722	***

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4.5.2 การทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ คุณภาพของบริการ คุณค่าของบริการ ภาพลักษณ์ของบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การร้องเรียนของผู้ใช้บริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งผลที่ได้จากการทดสอบดังตารางที่ 4.3 – 4.5

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ปัจจัย ACSI	ความคาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	ความพึงพอใจ	ข้อร้องเรียน	ความจงรักภักดี
ความคาดหวัง	1.0000						
คุณภาพ	0.7786 ***	1.0000					
คุณค่า	0.6942 ***	0.8110 ***	1.0000				
ภาพลักษณ์	0.7195 ***	0.8383 ***	0.8900 ***	1.0000			
ความพึงพอใจ	0.6961 ***	0.7623 ***	0.8290 ***	0.8487 ***	1.0000		
ข้อร้องเรียน	-0.0062	-0.0309	-0.0500	-0.0461	-0.0700	1.0000	
ความจงรักภักดี	0.6615 ***	0.7619 ***	0.7979 ***	0.8107 ***	0.9137 ***	-0.0853 *	1.0000

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ปัจจัย ACSI	ความคาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	ความพึงพอใจ	ข้อร้องเรียน	ความจงรักภักดี
ความคาดหวัง	1.0000						
คุณภาพ	0.7864 ***	1.0000					
คุณค่า	0.6714 ***	0.7669 ***	1.0000				
ภาพลักษณ์	0.7012 ***	0.8191 ***	0.8594 ***	1.0000			
ความพึงพอใจ	0.6475 ***	0.7603 ***	0.8060 ***	0.8548 ***	1.0000		
ข้อร้องเรียน	-0.0412	-0.0418	-0.0789	-0.0761	-0.0756	1.0000	
ความจงรักภักดี	0.6223 ***	0.7552 ***	0.7795 ***	0.8196 ***	0.9507 ***	-0.0776	1.0000

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01



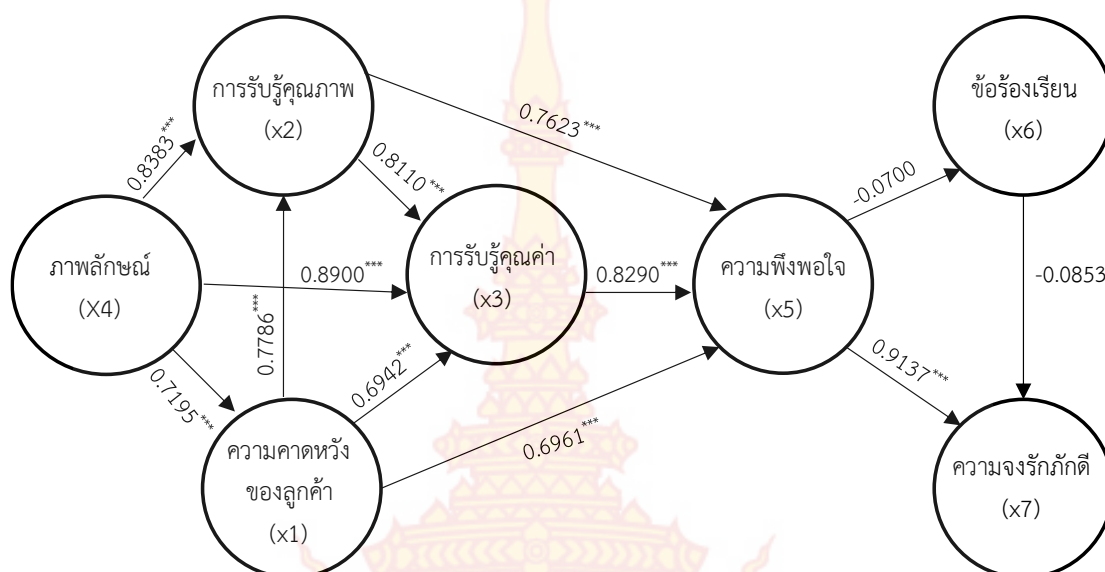
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ปัจจัย ACSI	ความคาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	ความพึงพอใจ	ข้อร้องเรียน	ความจงรักภักดี
ความคาดหวัง	1.0000						
คุณภาพ	0.7699 ***	1.0000					
คุณค่า	0.7197 ***	0.8478 ***	1.0000				
ภาพลักษณ์	0.7433 ***	0.8462 ***	0.9126 ***	1.0000			
ความพึงพอใจ	0.7506 ***	0.7450 ***	0.8405 ***	0.8288 ***	1.0000		
ข้อร้องเรียน	0.0457	-0.0084	-0.0120	-0.0024	-0.0575	1.0000	
ความจงรักภักดี	0.7075 ***	0.7466 ***	0.8032 ***	0.7813 ***	0.8668 ***	-0.0898	1.0000

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01



จากผลการทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาสรุปตามแบบจำลอง ACSI ดังภาพที่ 4.17



ภาพที่ 4.17 ผลทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

จากภาพที่ 4.17 การทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลอง ACSI พบว่ามีการยอมรับสมมติฐานจำนวน 12 สมมติฐาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2.1): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและการรับรู้คุณภาพของบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8383 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ความน่าเชื่อถือในการมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ การได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี จนนำไปสู่การรับรู้คุณภาพของการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 3 (H2.2): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและคุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7786 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้มีความคาดหวังต่อคุณภาพในการบริการของโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ผู้ให้บริการต้องบริการรวดเร็วไม่ว่าจะในด้านการลงทะเบียน

การรอรับรักษา รอจ่ายเงิน และรอรับยาที่ไม่นาน ดังนั้นผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีควรมั่นพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ เพื่อให้ตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากที่สุด

สมมติฐานที่ 4 (H3): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7195 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 5 (H4.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและคุณค่าในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.6942 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีในเรื่องคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม จะเห็นว่าผู้ให้บริการมีความคาดหวังต่อบริการมากเท่าไร ก็อยากได้รับคุณค่าจากบริการมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานที่ 6 (H4.2): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและคุณค่าของบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8900 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีโดยมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของผู้ให้บริการ

สมมติฐานที่ 7 (H4.3): การรับรู้คุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการของบริการและคุณค่าที่ผู้บริกรรับรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8110 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ควรคำนึงถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพให้สามารถบริการที่สุภาพ บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับบริการที่ดี และการบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือจนเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 8 (H5.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.6961 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีในด้านความสะดวกของบริการ ความรวดเร็วของบริการ ความถูกต้องของบริการ และระบบการให้บริการที่ดี จะเห็นว่าเมื่อผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการมากผู้ใช้บริการจำเป็นต้องตอบสนองต่อความคาดหวัง จึงจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 9 (H5.2): การรับรู้คุณค่าของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าในการให้บริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8290 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีในด้านคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงคุณค่าย่อมส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 10 (H5.3): การรับรู้คุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7623 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ คุณภาพในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีต่อบริการที่สุภาพ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี การบริการอย่างเท่าเทียม ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 11 (H6): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

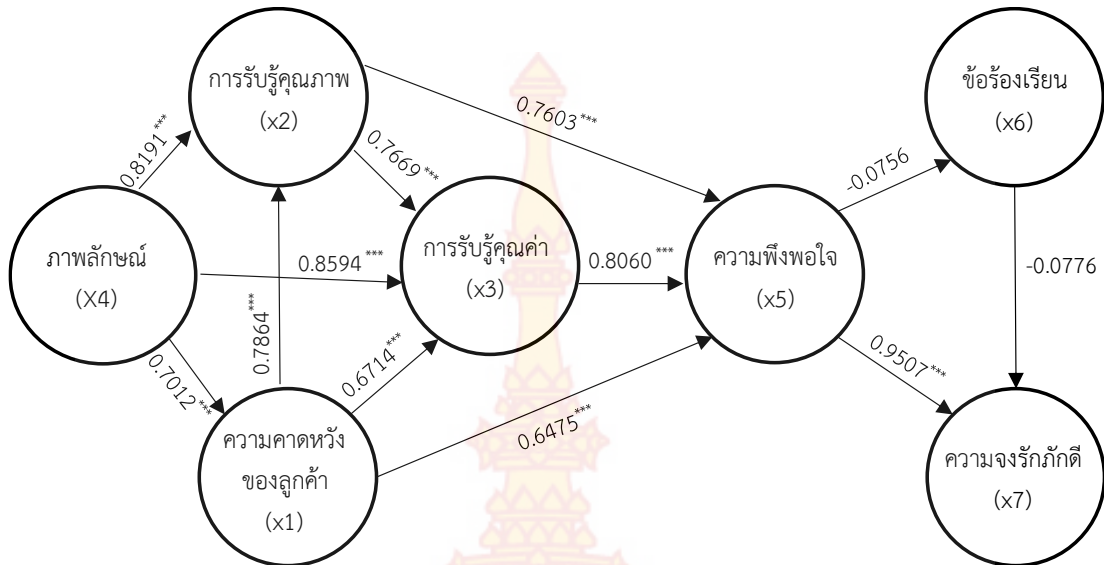
ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0700 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นลบ สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ผู้ใช้บริการจะไม่มีข้อร้องเรียนกับผู้บริการโรงพยาบาล บอกรายปัญหาให้กับคนที่รู้จัก และบอกรายปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ แต่เมื่อใดที่ผู้ให้บริการเกิดความไม่พึงพอใจก็จะทำการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 12 (H7.1): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

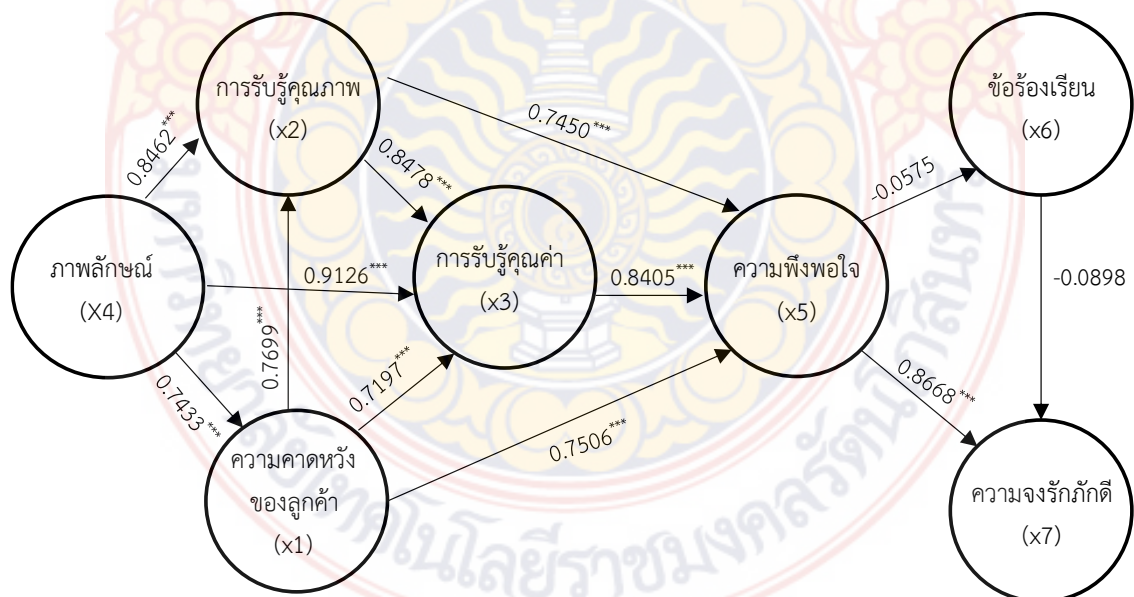
ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความจงรักภักดีในการใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.9137 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิทิมากจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยจะใช้บริการต่อไปในอนาคต และจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก

สมมติฐานที่ 13 (H7.2): ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0853 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีการร้องเรียนปัญหากับผู้บริหารโรงพยาบาล บอกรายปัญหาไปยังคนที่รู้จัก และบอกรายปัญหาไปในสื่อสังคมออนไลน์จะส่งผลต่อความจงรักภักดี เนื่องจากอาจจะไม่กลับมาใช้บริการหรือไปใช้บริการของคู่แข่งอื่น แต่ถ้าหากได้รับการแก้ไขก็พร้อมจะบอกต่อรวมทั้งแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ



ภาพที่ 4.18 ผลทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี



ภาพที่ 4.19 ผลทดสอบสมมติฐานตามแบบจำลอง ACSI ของบริการโรงพยาบาลราชวิถี

จากภาพที่ 4.18 การทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลอง ACSI ของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี พบว่ามีการยอมรับสมมติฐานจำนวน 12 สมมติฐาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2.1): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและการรับรู้คุณภาพของบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8191 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ความน่าเชื่อถือในการมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ การได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี จนนำไปสู่การรับรู้คุณภาพของการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

สมมติฐานที่ 3 (H2.2): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและคุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7864 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้มีความคาดหวังต่อคุณภาพในการบริการของโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ผู้ให้บริการต้องบริการรวดเร็วไม่ว่าจะในด้านการลงทะเบียน การรอรับรักษา รอจ่ายเงิน และรอรับยาที่ไม่นาน ดังนั้นผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีควรมั่นใจพัฒนาปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้ตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากที่สุด

สมมติฐานที่ 4 (H3): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7012 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

สมมติฐานที่ 5 (H4.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและคุณค่าในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.6714 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีในเรื่องคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า

ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม จะเห็นว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการมากเท่าไร ก็อยากได้รับคุณค่าจากบริการมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานที่ 6 (H4.2): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและคุณค่าของบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8594 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีโดยมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของผู้ให้บริการ

สมมติฐานที่ 7 (H4.3): การรับรู้คุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการของบริการและคุณค่าที่ผู้ใช้บริการรับรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7669 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีควรคำนึงถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพให้สามารถบริการที่สุภาพ บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับบริการที่ดี และการบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือจนเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 8 (H5.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.6475 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีในด้านความสะดวกของบริการ ความรวดเร็วของบริการ ความถูกต้องของบริการ และระบบการให้บริการที่ดี จะเห็นว่าเมื่อผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการมากผู้ใช้บริการจำเป็นต้องตอบสนองต่อความคาดหวัง จึงจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

สมมติฐานที่ 9 (H5.2): การรับรู้คุณค่าของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าในการให้บริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8060 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีในด้านคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความถูกต้องของ

บริการมีความคุ้มค่า มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงคุณค่าย่อมส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 10 (H5.3): การรับรู้คุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7603 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ คุณภาพในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีต้องบริการที่สุภาพ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี การบริการอย่างเท่าเทียม ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 11 (H6): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0756 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นลบสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ผู้ใช้บริการจะไม่มีกรร้องเรียน กับผู้บริการโรงพยาบาล บอกปัญหาให้กับคนที่รู้จัก และบอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ แต่เมื่อใดที่ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจก็จะทำการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

สมมติฐานที่ 12 (H7.1): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความจงรักภักดีในการใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.9507 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีมากจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยจะใช้บริการต่อไปในอนาคต และจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก

สมมติฐานที่ 13 (H7.2): ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ผลการวิจัยพบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0776 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีการร้องเรียนปัญหากับผู้บริหารโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี บอกปัญหาไปยังคนที่รู้จัก และบอกปัญหาไปบนสื่อสังคมออนไลน์จะส่งผลต่อความจงรักภักดี เนื่องจากอาจจะไม่กลับมาใช้บริการหรือไปใช้บริการของคู่แข่งอื่น แต่ถ้าหากได้รับการแก้ไขก็พร้อมจะบอกต่อรวมทั้งแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

จากภาพที่ 4.19 การทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลอง ACSI ของบริการโรงพยาบาลราชวิถี พบว่ามีการยอมรับสมมติฐานจำนวน 12 สมมติฐาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2.1): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของบริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและการรับรู้คุณภาพของบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8462 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ความน่าเชื่อถือในการมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ การได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี จนนำไปสู่การรับรู้คุณภาพของการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 3 (H2.2): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของบริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและคุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7699 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้มีความคาดหวังต่อคุณภาพในการบริการของโรงพยาบาลราชวิถี ผู้ให้บริการต้องบริการรวดเร็วไม่ว่าจะในด้านการลงทะเบียน การรอรับรักษา รอจ่ายเงิน และรอรับยาที่ไม่นาน ดังนั้นผู้ให้บริการโรงพยาบาลราชวิถีควรเน้นพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ เพื่อให้ตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากที่สุด

สมมติฐานที่ 4 (H3): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7433 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อโรงพยาบาลราชวิถีมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 5 (H4.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและคุณค่าในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7197 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถีในเรื่องคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความถูกต้อง

ของบริการมีความคุ้มค่า มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม จะเห็นว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการมากเท่าไร ก็อยากได้รับคุณค่าจากบริการมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานที่ 6 (H4.2): ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบริการและคุณค่าของบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.9126 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการมีภาพลักษณ์ที่ดีโดยมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของผู้ให้บริการ

สมมติฐานที่ 7 (H4.3): การรับรู้คุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าของบริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพในการให้บริการของบริการและคุณค่าที่ผู้ใช้บริการรับรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8478 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ผู้ให้บริการโรงพยาบาลราชวิถีควรคำนึงถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพให้สามารถบริการที่สุภาพ บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับบริการที่ดี และการบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือจนเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 8 (H5.1): ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7506 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีในด้านความสะดวกของบริการ ความรวดเร็วของบริการ ความถูกต้องของบริการ และระบบการให้บริการที่ดี จะเห็นว่าเมื่อผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการมากผู้ใช้บริการจำเป็นต้องตอบสนองต่อความคาดหวัง จึงจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 9 (H5.2): การรับรู้คุณค่าของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าในการให้บริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8405 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถีในด้านคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า

มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงคุณค่าย่อมส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 10 (H5.3): การรับรู้คุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.7450 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ คุณภาพในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถีต้องบริการที่สุภาพ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี การบริการอย่างเท่าเทียม ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 11 (H6): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0575 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นลบสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ผู้ใช้บริการจะไม่มีมาร้องเรียนกับผู้บริหารโรงพยาบาล บอกปัญหาให้กับคนที่รู้จัก และบอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ แต่เมื่อใดที่ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจก็จะทำการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลราชวิถี

สมมติฐานที่ 12 (H7.1): ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความจงรักภักดีในการใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.8668 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีมากจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการโดยจะใช้บริการต่อไปในอนาคต และจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก

สมมติฐานที่ 13 (H7.2): ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ผลการวิจัยพบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0898 ซึ่งมีความสัมพันธ์เป็นลบสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีการร้องเรียนปัญหากับผู้บริหารโรงพยาบาล บอกปัญหาไปยังคนที่รู้จัก และบอกปัญหาไปในสื่อสังคมออนไลน์จะส่งผลต่อความจงรักภักดี เนื่องจากอาจจะไม่กลับมาใช้บริการหรือไปใช้บริการของคู่แข่งอื่น แต่ถ้าหากได้รับการแก้ไขก็พร้อมจะบอกต่อรวมทั้งแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ซึ่งผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอผลสรุปการวิจัยเป็นภาพรวม และข้อสรุปผลการวิจัยตามดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพโสด กำลังศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมาใช้บริการเนื่องจากเป็นผู้ป่วย ที่แผนกกุมารเวชกรรม โดยจะใช้บริการเป็นประจำ ระยะเวลาารพบแพทย์น้อยกว่า 15 นาที ระยะเวลาในการรอตรวจเลือดน้อยกว่า 15 นาที และระยะเวลารอรับยาน้อยกว่า 15 นาที สาเหตุที่เลือกใช้บริการเนื่องจากการเดินทางสะดวก โดยนั่งรถโดยสารสาธารณะ และทำการชำระเงินเป็นเงินสด

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยแบ่งออกเป็นแต่ละด้านดังนี้

5.1.3.1 ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการต้องการบริการลงทะเบียนได้รวดเร็ว ที่ค่าเฉลี่ย 4.48

5.1.3.2 ด้านการรับรู้คุณภาพของผู้ให้บริการ คือ ผู้ใช้บริการต้องการได้รับการอย่างเท่าเทียมกัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.28

5.1.3.3 ด้านการรับรู้คุณค่าของผู้ให้บริการ คือ ผู้ใช้บริการต้องการคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า และมีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม ที่ค่าเฉลี่ย 4.24

5.1.3.4 ด้านภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการ คือ การที่ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ที่ค่าเฉลี่ย 4.26

5.1.3.5 ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการต้องการความรวดเร็วของบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 4.30

5.1.3.6 ด้านข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ โดยส่วนมากจะบอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ ที่ค่าเฉลี่ย 1.18

5.1.3.7 ด้านความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ จะใช้บริการต่อไปในอนาคต ที่ค่าเฉลี่ย 4.31

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า

5.1.4.1 โรงพยาบาลต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.1.4.2 เพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

5.1.4.3 อายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

5.1.4.4 สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.1.4.5 ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.4.6 อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

5.1.4.7 รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.1.4.8 จากการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า

1) แผนกล่าสุดที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ความถี่ที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3) ความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- 4) ระยะเวลารอพบแพทย์ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน
- 5) ระยะเวลารอตรวจเลือดต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน
- 6) ระยะเวลารอรับยาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน
- 7) สาเหตุที่เลือกใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน
- 8) การเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน
- 9) สิทธิการรักษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.1.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า มีความสอดคล้องกับแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) โดยที่ปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีมากที่สุด คือ การรับรู้คุณค่าในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (0.8060) รองลงมาคือ การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (0.7603) และ (0.6475) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีมากที่สุดคือ การรับรู้คุณค่าในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (0.8405) รองลงมาคือ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และการรับรู้คุณภาพในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (0.7506) และ (0.7450) ตามลำดับ และโดยรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีมากที่สุด คือ การรับรู้คุณค่าในการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (0.8290) รองลงมาคือ การรับรู้คุณภาพในการให้บริการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ (0.7623) และ (0.6961) ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละด้านของแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปผลดังนี้

5.2.1 จากการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า

5.2.1.1 โรงพยาบาลต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี เนื่องมาจากการจัดการความคาดหวังของผู้ใช้บริการ คุณภาพในการให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถ

รับรู้ได้ถึงคุณค่า และภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลราชวิถีที่มีความน่าเชื่อถือ จึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

5.2.1.2 เพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากโรงพยาบาลสามารถจัดการความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ตรงตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ จึงทำให้ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ วิภาวี ชาดิษฐ์ (2559, หน้า 72) พบว่า เพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยมราช จังหวัดสุพรรณบุรีไม่แตกต่างกัน

5.2.1.3 อายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อายุ 21 - 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด อาจเนื่องจากทางโรงพยาบาลการบริการที่รวดเร็ว รอคิวไม่นาน ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ กลุ่มนี้สอดคล้องกับ จักรกฤษ คำประเสริฐ (2560, หน้า 58) พบว่า อายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน เนื่องจากความผู้ใช้บริการที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่รวดเร็ว รอคิวไม่นาน มีสิทธิพิเศษในการใช้บริการ

5.2.1.4 สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด อาจเนื่องจากบุคคลที่มีสถานภาพโสดยังไม่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่ค่อนข้างมาก ในขณะที่บุคคลที่มีสถานภาพสมรสกลับต้องคิดถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่ต้องจ่าย จึงทำให้ต้องความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน สอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 61) พบว่า สถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน เนื่องจากบุคคลที่มีสถานภาพโสดยังไม่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่สูงมากเหมือนบุคคลที่แต่งงานแล้ว

5.2.1.5 ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น อาจเนื่องจากระดับการศึกษามีผลต่อประสิทธิภาพคิดไตร่ตรองข้อมูล ยิ่งบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะต้องใช้เหตุผล และข้อมูลในการคิดวิเคราะห์มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำกว่า สอดคล้องกับ วิภาวี ชาดิษฐ์ (2559, หน้า 72) กล่าวว่า บุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้มีความคิดการใช้เหตุผลแตกต่างกันออกไป โดยบุคคลที่มีการศึกษาสูง ต้องการข้อมูลในการคิดพิจารณาไตร่ตรองถึงความถูกต้องมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ

5.2.1.6 อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมาจากทางโรงพยาบาลสามารถให้บริการผู้ป่วยได้อย่างเท่าเทียมกัน จึงทำให้ผู้ใช้บริการไม่รู้สึกถึงความแตกต่างของระดับอาชีพที่ต่างกัน สอดคล้องกับ ปณัฐ พลับใจบุญ (2561, หน้า 57) พบว่า อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

5.2.1.7 รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากบุคคลที่มีรายได้อยู่ในระดับกลางถือว่ามีความสามารถในการจับจ่ายมากกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อย สอดคล้องกับ ปณัฐ พลับใจบุญ (2561, หน้า 57) พบว่า รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

5.2.1.8 จากการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี พบว่า

1) แผนกจ่ายค่าใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ใช้แผนกกุมารเวชกรรมมีความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากคุณภาพที่ผู้ใช้บริการได้รับมีความคุ้มค่ากับราคาและเวลาที่ต้องเสียไป ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อโรงพยาบาล สอดคล้องกับ ปณัฐ พลับใจบุญ (2561, หน้า 58) พบว่า แผนกจ่ายค่าใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

2) ความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมาจากโรงพยาบาลบริการได้อย่างรวดเร็ว รอคิวไม่นาน การเดินทางสะดวก และเมื่อมาใช้บริการพบว่ามีความเป็นมาตรฐาน บริการได้อย่างถูกต้อง การบริการได้อย่างทัดเทียมกัน จึงทำให้ความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 62) พบว่า ความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3) สาเหตุที่เลือกใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจมาจากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ รวมทั้งระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม รอคิวไม่นาน จึงทำให้สาเหตุที่เลือกใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ จักรกฤษ คำประเสริฐ (2560, หน้า 59) พบว่า สาเหตุที่เลือกใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

4) การเดินทางต่างกันต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี จึงทำให้การเดินทางต่างกันความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 62) พบว่า การเดินทางต่างกันต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5) สิทธิการรักษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากราคาของบริการมีความเหมาะสม ระยะเวลาในการบริการมีความเหมาะสม จึงทำให้สิทธิการรักษาแตกต่างกันความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ปณัฐ พลับใจบุญ (2561, หน้า 58) พบว่า สิทธิการรักษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.2.2 จากการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ด้วยแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) และได้ประยุกต์แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index Model (ECSI) โดยเพิ่มภาพลักษณ์เข้ามาในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสอดคล้องกับแบบจำลอง ACSI ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

5.2.2.1 ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8191 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ การที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือโดยมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ การได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจจนก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และนำไปสู่การรับรู้คุณภาพ สอดคล้องกับ ปณัฐ พลับใจบุญ (2561, หน้า 59) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลธนบุรี 2 และโรงพยาบาลพญาไท 3 พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากโรงพยาบาลมีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ ผลการตรวจที่แม่นยำและถูกต้อง มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ และได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงคุณภาพซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่โรงพยาบาล และสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุริ (2554, หน้า 97) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากการที่โรงพยาบาลมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถในการตรวจรักษาเฉพาะโรค มีเครื่องมือที่ทันสมัย มีความน่าเชื่อถือในการตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพ ซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีที่ทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับว่าโรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือและอยากกลับมาใช้บริการต่อไปในอนาคต

5.2.2.2 ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7012 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ การที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของผู้ใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ พงศธร พึ่งเนตร์ (2556, หน้า 58) ที่ได้ศึกษาภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2557 พบว่า การที่โรงพยาบาลมีภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่ดีก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ การเดินทางมีความสะดวก ความรวดเร็วในการให้บริการ รอคิวไม่นาน บริการได้อย่างทัดเทียมกัน มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ และมีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล ทำให้เกิด

ความน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่จะได้รับบริการได้ตรงตามที่คาดหวังไว้

5.2.2.3 ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8594 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI ซึ่งมาจากการที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าเมื่อเทียบกับเงินและเวลาที่ต้องเสียไป ซึ่งสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุรติ (2554, หน้า 97) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากการที่โรงพยาบาลมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีชื่อเสียงที่โด่งดังในการรักษา มีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย การบริการอย่างทัดเทียมกัน การวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ รวมทั้งการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเนื่องจากรับรู้ได้ถึงคุณค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย

5.2.2.4 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7864 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการมักเกิดความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการของโรงพยาบาล ไม่ว่าจะในเรื่องการบริการที่สุภาพ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี ได้รับบริการเท่าเทียมกัน โดยผู้ใช้บริการจะทำการเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนเข้าใช้บริการกับหลังได้รับบริการจากทางโรงพยาบาลแล้ว ซึ่งถ้าผู้ใช้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับ Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990 (อ้างถึงในคำริ สถิตย์เสมากุล, 2558, หน้า 15) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เนื่องจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อม สถานการณ์ที่ลูกค้ามีแตกต่างกัน โดยลูกค้าจะกำหนดความคาดหวังสูงขึ้น หากได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังในครั้งก่อน ๆ แต่ถ้าเมื่อใดที่ความคาดหวังไม่ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ความคาดหวังในการใช้บริการลดลงในที่สุด และสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุรติ (2554, หน้า 98) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่แพทย์และเจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการบริการ มีการตั้งใจฟังและตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ดี การบริการที่รวดเร็ว และมีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพในการใช้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจจนทำให้รู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5.2.2.5 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.6714 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพที่ได้รับว่ามีความคุ้มค่า มีความรวดเร็วในการบริการ บริการได้อย่างความถูกต้อง มีระบบการจัดคิวในการรอรับบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 65) พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องบริการได้อย่างรวดเร็ว รอคิวไม่นาน บริการที่ได้รับเหมาะสมกับเวลาที่เสียไป และการบริการที่ได้รับคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

5.2.2.6 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.6475 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ ผู้ใช้บริการจะตั้งความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่สะดวก มีความรวดเร็ว ความถูกต้องของบริการ และระบบการให้บริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้หรือสูงกว่า จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับแนวความคิดของ จักรกฤษ คำประเสริฐ (2560, หน้า 9) กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมาจากการประเมินบริการหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว โดยทำการเปรียบเทียบความคาดหวังว่าจะได้รับว่าตรงตามความต้องการมากน้อยเพียงใด หากผู้ให้บริการได้รับบริการที่ตรงตามความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และประทับใจในการใช้บริการจนอยากกลับมาใช้บริการต่อในอนาคต และสอดคล้องกับ จงจิต หงษ์เจริญ (2550, หน้า 56 - 57) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลบนหอผู้ป่วยศัลยกรรมชาย โรงพยาบาลศิริราช พบว่า การให้บริการมีอิทธิพลทางบวกกับความพึงพอใจ เนื่องจากผู้ใช้เกิดความคาดหวังจะได้รับบริการที่สุภาพ มีระบบการให้บริการที่ดี มีความสะดวกรวดเร็วเมื่อมาใช้บริการ การบริการอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการต่อไปในอนาคต และสอดคล้องกับ เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557, หน้า 75 - 76) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมักจะทำการคาดหวังว่าจะได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมในการบริการ ตลอดจนความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดได้ภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว จะทำให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจในการบริการและยินดีใช้บริการต่อไป

5.2.2.7 การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7669 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการจะทำการเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ได้รับบริการกับราคาที่จ่ายว่ามีความเหมาะสมคุ้มค่ากับเงินที่ต้องเสียไปหรือเวลาที่ต้องเสียไป ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการควรมุ่งเน้นคุณภาพของการบริการให้มีความสุภาพ

บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับบริการที่ดี และการบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มิลินลดา กุลนาเย, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพในการให้บริการมีผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้โดยทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายไป รวมทั้งสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ที่มีความสวยงาม สะอาด มีระเบียบ มีพนักงานแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย มีโทรทัศน์และนิตยสารไว้อ่านในขณะนั่งรอ ทำให้บรรยากาศในการนั่งรอการรับบริการเป็นไปอย่างไม่น่าเบื่อ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เข้าไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงาม

5.2.2.8 การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7603 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ คุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นสามารถวัดได้จากความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ รวมถึงความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจากความถี่ที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของสินค้าหรือบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องบริการสุภาพ มีความสะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี การบริการอย่างเท่าเทียม ซึ่งสอดคล้องกับ ญัฐฐา เสวกวิหारी (2560, หน้า 53 - 54) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามารามิบัติ พบว่า คุณภาพในการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยโรงพยาบาลต้องมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญ การให้บริการที่สุภาพ มีเทคโนโลยีรองรับการให้บริการที่ทันสมัย การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ การบริการที่หลากหลาย และการพัฒนารูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ มีการตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ เช่น ลิฟต์โดยสาร ห้องตรวจ สถานที่นั่งรอ รถเข็น ห้องน้ำ เป็นต้น และสอดคล้องกับ ปุณยภา พวงทับทิม (2560, หน้า 118) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ คือ การบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส การให้เกียรติให้ความเป็นส่วนตัว มีการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน มีความกระตือรือร้น มีการตอบสนองต่อความต้องการโดยยังมีได้ร้องขอ การอำนวยความสะดวก การบริการด้วยความเต็มใจ และการบริการจากบุคลากรในโรงพยาบาลอย่างมืออาชีพ รวมทั้งสอดคล้องกับ เก็จวลี ศรีจันทร์ (2557, หน้า 66 - 69) ได้ทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการศูนย์บริการทรวงอก ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สีจี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่คาดหวังว่าจะได้รับคุณภาพการให้บริการที่ตรงตามความคาดหวัง ถ้าผู้ให้บริการบริการได้อย่างมีคุณภาพตรงตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ โดยที่คุณภาพของบริการประกอบไปด้วย ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การให้บริการอย่างมืออาชีพ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ โดยที่ศูนย์บริการจะต้องให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีที่นั่งเพียงพอในการรอรับบริการ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว และมีระบบจัดคิวที่ดี

5.2.2.9 การรับรู้คุณค่าในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8060 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ คุณค่าของบริการเกิดจากการเปรียบเทียบประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการได้รับกับต้นทุนที่สูญเสียไป โดยที่ต้นทุนที่เสียไปนั้นไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบของตัวเงิน แต่ยังรวมถึงเวลาที่สูญเสียไป และยังมีค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้น ได้แก่ บริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า มีความรวดเร็วในการให้บริการ บริการได้อย่างถูกต้อง และมีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มิลินลดา กุลนาญ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ โดยทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายไปหรือเวลาที่ต้องเสียไป นอกจากนี้ การออกแบบสถานที่ให้มีความสวยงาม มีความสะอาดเป็นระเบียบ รวมถึงการมีพนักงานแต่งกายสุภาพ มีโทรศัพท์และนิตยสารไว้บริการในระหว่างนั่งรอ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่เบื่อหน่ายในการนั่งรอรับบริการ และรู้สึกผ่อนคลาย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เข้าไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงาม

5.2.2.10 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ -0.0756 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงพยาบาล ผู้ใช้บริการจะไม่มีข้อร้องเรียน ให้ข้อเสนอแนะ หรือติชมเกี่ยวกับการให้บริการ แต่ถ้าเมื่อใดที่ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการจะทำการร้องเรียนปัญหาไปยังโรงพยาบาลโดยตรง บอกปัญหากับบุคคลที่ทำงานรู้จัก และในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Exit-Voice Theory ของ Hirschman, 1970 (อ้างถึงในนภดล รมโพธิ์, 2554, หน้า 121) ที่กล่าวว่า เมื่อลูกค้าไม่พอใจในสินค้าและบริการ จะแสดงพฤติกรรมออกมา 2 แนวทาง คือ การร้องเรียนไปยังผู้ผลิตสินค้าและบริการนั้น ๆ หรือการเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งรายอื่น ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงลบ แต่ในทางกลับกันถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจที่ดีมาอย่างต่อเนื่องย่อมทำให้เกิดความจงรักภักดี และส่งผลต่อรายรับและกำไรในระยะยาวขององค์กร และสอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 68) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการทรูซ้อป และเอไอเอสซ้อป พบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมาจากความผิดพลาดของการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดทัศนคติเชิงลบที่พร้อมจะแจ้งไปยังบริษัทโดยตรง หรือบอกต่อถึงความผิดพลาดจุดบกพร่อง ข้อเสีย หรือสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ไปยังบุคคลที่รู้จัก รวมทั้งในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านภาพลักษณ์ และการสูญเสียรายได้จากลูกค้า

5.2.2.11 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.9507 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการจะส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการในการบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก รวมทั้งใช้บริการต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับ สุจิตา ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (2558, หน้า 39) กล่าวว่า ความจงรักภักดีเป็นผลมาจากความพึงพอใจในการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลในเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากลูกค้าจะทำการกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำ แต่ในขณะเดียวกันถ้าเมื่อใดที่ลูกค้ามีข้อร้องเรียนย่อมส่งผลให้ความจงรักภักดีของลูกค้าลดต่ำลง และส่งผลในเชิงลบในการดำเนินธุรกิจและทัศนคติในใจลูกค้า และสอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มิถินลดา กุลนาถ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่พนักงานสามารถแนะนำขั้นตอนการให้บริการได้อย่างชัดเจน คอยให้ความช่วยเหลือพร้อมให้คำปรึกษาแนะนำผู้ใช้บริการ การให้บริการด้วยความเต็มใจ มีระบบการบริการที่รวดเร็วไม่ต้องรอนาน ไม่เกิดความขัดข้องในระหว่างการให้บริการ บริการได้อย่างถูกต้อง บริการอย่างทัดเทียมกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการและส่งผลให้ผู้ที่มาใช้บริการพูดถึงคลินิกเสริมความงามในทางที่ดี มีการแนะนำบอกต่อเพื่อนหรือญาติให้มาเข้ารับบริการ

5.2.2.12 ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ -0.0776 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลแล้วได้รับการแก้ไขปัญหานั้นที่น่าพึงพอใจจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก แต่หากผู้ใช้บริการร้องเรียนปัญหาไปยังบริษัทแล้วไม่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างทันถ่วงที ก็จะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเลิกใช้บริการอย่างทันที บอกปัญหาไปยังคนที่รู้จัก และในสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับ สิริภพ ภูมินันท์ (2561, หน้า 68) พบว่า เมื่อผู้ใช้บริการพบปัญหาในการใช้บริการจะทำการร้องเรียนปัญหาไปยังบริษัท บอกกับบุคคลที่รู้จัก และบอกกับสังคมออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลอง ACSI ของการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีมากที่สุด คือ คุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ โดยบริการที่มีคุณภาพ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และการมีระบบจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม รองลงมาคือการรับรู้คุณภาพที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีในการใช้บริการต่อไปในอนาคต รวมทั้งมีการบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จักให้มาใช้บริการ แต่ถ้าเมื่อใดที่ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการก็จะทำการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลโดยตรง และถ้าหากทางโรงพยาบาลสามารถจัดการข้อ

ร้องเรียนได้ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนจากความไม่พึงพอใจมาเป็นความพึงพอใจในการใช้บริการ และนำไปสู่ความจงรักภักดีในการใช้บริการต่อไป

5.2.3 จากการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีด้วยแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) และได้ประยุกต์แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index Model (ECSI) โดยเพิ่มภาพลักษณ์เข้ามาในงานวิจัยครั้งนี้พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสอดคล้องกับแบบจำลอง ACSI ซึ่งอภิปรายได้ดังนี้

5.2.3.1 ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของผู้ให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8462 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ การที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือโดยมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ การได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจจนก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และนำไปสู่การรับรู้คุณภาพ สอดคล้องกับ ปณัฐ พลับใจบุญ (2561, หน้า 59) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลธนบุรี 2 และโรงพยาบาลพญาไท 3 พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากโรงพยาบาลมีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ ผลการตรวจที่แม่นยำและถูกต้อง มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ และได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงคุณภาพซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่โรงพยาบาล และสอดคล้องกับ สมฤติธรรมสุริตี (2554, หน้า 97) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากการที่โรงพยาบาลมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถในการตรวจรักษาเฉพาะโรค มีเครื่องมือที่ทันสมัย มีความน่าเชื่อถือในการตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพ ซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีที่ทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับว่าโรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ และอยากกลับมาใช้บริการต่อไปในอนาคต

5.2.3.2 ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7433 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ การที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของผู้ใช้บริการ และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ พงศธร พึ่งเนตร (2556, หน้า 58) ที่ได้ศึกษาภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2557 พบว่า การที่โรงพยาบาลมีภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่ดีก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ การเดินทางมีความสะดวก ความรวดเร็วในการให้บริการ รอคิวไม่นาน บริการได้อย่างทัดเทียมกัน มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ และมีระบบ

ตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่จะได้รับบริการได้ตรงตามที่คาดหวังไว้

5.2.3.3 ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.9126 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI ซึ่งมาจากการที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าเมื่อเทียบกับเงินและเวลาที่ต้องเสียไป ซึ่งสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุรติ (2554, หน้า 97) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ของการให้บริการโรงพยาบาลมาจากการที่โรงพยาบาลมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีชื่อเสียงที่โด่งดังในการรักษา มีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย การบริการอย่างทัดเทียมกัน การวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ รวมทั้งการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเนื่องจากรับรู้ได้ถึงคุณค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย

5.2.3.4 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7699 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการมักเกิดความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการของโรงพยาบาลไม่ว่าจะในเรื่องการบริการที่สุภาพ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรับการรักษาที่ดี ได้รับบริการเท่าเทียมกัน โดยผู้ใช้บริการจะทำการเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนเข้าใช้บริการกับหลังได้รับบริการจากทางโรงพยาบาลแล้ว ซึ่งถ้าผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับ Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990 (อ้างถึงในคำริ สถิตย์เสมอกุล, 2558, หน้า 15) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เนื่องมาจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อม สถานการณ์ที่ลูกค้ามีแตกต่างกัน โดยลูกค้าจะกำหนดความคาดหวังสูงขึ้น หากได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังในครั้งก่อน ๆ แต่ถ้าเมื่อใดที่ความคาดหวังไม่ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ความคาดหวังในการใช้บริการลดลงในที่สุด และสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุรติ (2554, หน้า 98) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่แพทย์และเจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการบริการ มีการตั้งใจฟังและตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ดี การบริการที่รวดเร็ว และมีระบบจัดคิวรับการรักษาที่ดี ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพในการใช้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจจนทำให้รู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5.2.3.5 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7197 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพที่ได้รับว่ามีความคุ้มค่า มีความรวดเร็วในการบริการ บริการได้อย่างความถูกต้อง มีระบบการจัดคิวในการรอรับบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 65) พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องบริการได้อย่างรวดเร็ว รอคิวไม่นาน บริการที่ได้รับเหมาะสมกับเวลาที่เสียไป และการบริการที่ได้รับคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

5.2.3.6 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7506 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ ผู้ใช้บริการจะตั้งความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่สะดวก มีความรวดเร็ว ความถูกต้องของบริการ และระบบการให้บริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้หรือสูงกว่า จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับแนวความคิดของ จักรกฤษ คำประเสริฐ (2560, หน้า 9) กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมาจากการประเมินบริการหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว โดยทำการเปรียบเทียบความคาดหวังว่าจะได้รับว่าตรงตามความต้องการมากน้อยเพียงใด หากผู้ให้บริการได้รับบริการที่ตรงตามความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และประทับใจในการใช้บริการจนอยากกลับมาใช้บริการต่อในอนาคต และสอดคล้องกับ จงจิต หงษ์เจริญ (2550, หน้า 56 - 57) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลบนหอผู้ป่วยศัลยกรรมชาย โรงพยาบาลศิริราช พบว่า การให้บริการมีอิทธิพลทางบวกกับความพึงพอใจ เนื่องจากผู้ใช้เกิดความคาดหวังจะได้รับบริการที่สุภาพ มีระบบการให้บริการที่ดี มีความสะดวกรวดเร็วเมื่อมาใช้บริการ การบริการอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการต่อไปในอนาคต และสอดคล้องกับ เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557, หน้า 75 - 76) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมักจะทำการศึกษาความคาดหวังว่าจะได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมในการบริการ ตลอดจนความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดได้ภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว จะทำให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจในการบริการและยินดีใช้บริการต่อไป

5.2.3.7 การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8478 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการจะทำการเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ได้รับบริการกับราคาที่จ่ายว่ามีความเหมาะสมคุ้มค่ากับเงินที่ต้องเสียไปหรือเวลาที่ต้องเสียไป ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการควรมุ่งเน้นคุณภาพของการบริการให้มีความสุภาพ บริการที่สะดวกรวดเร็ว

มีระบบจัดคิวรอรับบริการที่ดี และการบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มิลินดา กุลนาญ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เพ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพ การให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามใน เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพในการให้บริการมีผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ โดยทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายไป รวมทั้งสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ที่มีความสวยงาม สะอาด มีระเบียบ มีพนักงานแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย มีโทรทัศน์และนิตยสารไว้อ่านในขณะนั่งรอ ทำให้บรรยากาศในการนั่งรอการรับบริการเป็นไปอย่างไม่น่าเบื่อ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เข้าไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงาม

5.2.3.8 การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7450 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ คุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นสามารถวัดได้จากความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ รวมถึงความ น่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจากความถี่ที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของสินค้า หรือบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องบริการสุภาพ มีความสะอาดรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี การบริการอย่างเท่าเทียม ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐฐา เสวกวิหारी (2560, หน้า 53 - 54) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า คุณภาพในการให้บริการมี ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยโรงพยาบาลต้องมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญ การให้บริการที่สุภาพ มี เทคโนโลยีรองรับการให้บริการที่ทันสมัย การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ การบริการที่หลากหลาย และการพัฒนารูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ มีการตรวจ วินิจฉัยอย่างละเอียด รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ เช่น ลิฟต์โดยสาร ห้องตรวจ สถานที่นั่งรอ รถเข็น ห้องน้ำ เป็นต้น และสอดคล้องกับ ปุณยภา พวงทับทิม (2560, หน้า 118) ที่ได้ ศึกษาคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ คือ การบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส การให้เกียรติให้ความเป็น ส่วนตัว มีการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน มีความกระตือรือร้น มีการ ตอบสนองต่อความต้องการโดยยังมีได้ร้องขอ การอำนวยความสะดวก การบริการด้วยความเต็มใจ และ การบริการจากบุคลากรในโรงพยาบาลอย่างมืออาชีพ รวมทั้งสอดคล้องกับ เก็จวลี ศรีจันทร์ (2557, หน้า 66 - 69) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการทรวงอก ที่มีผลต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ สีจี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่ คาดหวังว่าจะได้รับคุณภาพการให้บริการที่ตรงตามความคาดหวัง ถ้าผู้ให้บริการบริการได้อย่างมีคุณภาพ ตรงตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ โดยที่คุณภาพของบริการประกอบ ไปด้วย ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ การดูแลเอา ใจใส่ลูกค้า การให้บริการอย่างมืออาชีพ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่าย

ทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ โดยที่ศูนย์บริการจะต้องให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีที่นั่งเพียงพอในการรอรับบริการ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว และมีระบบจัดคิวที่ดี

5.2.3.9 การรับรู้คุณค่าในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8405 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ คุณค่าของบริการเกิดจากการเปรียบเทียบประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการได้รับกับต้นทุนที่สูญเสียไป โดยที่ต้นทุนที่เสียไปนั้นไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบของตัวเงิน แต่ยังรวมถึงเวลาที่สูญเสียไป และยังมีค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้น ได้แก่ บริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า มีความรวดเร็วในการให้บริการ บริการได้อย่างถูกต้อง และมีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มิลินลดา กุลนาญ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ โดยทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายไปหรือเวลาที่ต้องเสียไป นอกจากนี้การออกแบบสถานที่ให้มีความสวยงาม มีความสะอาดเป็นระเบียบ รวมถึงการมีพนักงานแต่งกายสุภาพ มีโทรศัพท์และนิตยสารไว้บริการในระหว่างนั่งรอ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่เบื่อหน่ายในการนั่งรอรับบริการ และรู้สึกผ่อนคลายส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เข้าไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงาม

5.2.3.10 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ -0.0575 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงพยาบาล ผู้ใช้บริการจะไม่มีกรร้องเรียน ให้ข้อเสนอแนะ หรือติชมเกี่ยวกับการให้บริการ แต่ถ้าเมื่อใดที่ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการจะทำการร้องเรียนปัญหาไปยังโรงพยาบาลโดยตรง บอกปัญหากับบุคคลที่ทำงานรู้จัก และในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Exit-Voice Theory ของ Hirschman, 1970 (อ้างถึงใน นภดล รมโพธิ์, 2554, หน้า 121) ที่กล่าวว่า เมื่อลูกค้าไม่พอใจในสินค้าและบริการ จะแสดงพฤติกรรมออกมา 2 แนวทาง คือ การร้องเรียนไปยังผู้ผลิตสินค้าและบริการนั้น ๆ หรือการเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งรายอื่น ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงลบ แต่ในทางกลับกันถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจที่ดีมาอย่างต่อเนื่องย่อมทำให้เกิดความจงรักภักดี และส่งผลต่อรายรับและกำไรในระยะยาวขององค์กร และสอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 68) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการทิวซ้อป และเอไอเอสซ้อป พบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมาจากความผิดพลาดของการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดทัศนคติเชิงลบที่พร้อมจะแจ้งไปยังบริษัทโดยตรง หรือบอกต่อถึงความผิดพลาดจุดบกพร่อง ข้อเสีย หรือสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ไปยังบุคคลที่รู้จัก รวมทั้งในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านภาพลักษณ์ และการสูญเสียรายได้จากลูกค้า

5.2.3.11 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8668 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการจะส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการในการบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก รวมทั้งใช้บริการต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับ สุธิดา ปฎิสัมพันธ์ทางค์ (2558, หน้า 39) กล่าวว่า ความจงรักภักดีเป็นผลมาจากความพึงพอใจในการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลในเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากลูกค้าจะทำการกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำ แต่ในขณะเดียวกันถ้าเมื่อใดที่ลูกค้ามีข้อร้องเรียนย่อมส่งผลให้ความจงรักภักดีของลูกค้าลดต่ำลง และส่งผลในเชิงลบในการดำเนินธุรกิจและทัศนคติในใจลูกค้า และสอดคล้องกับอัมพล ชูสนุก, มิลินลดา กุลนาญ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่พนักงานสามารถแนะนำขั้นตอนการให้บริการได้อย่างชัดเจน คอยให้ความช่วยเหลือพร้อมให้คำปรึกษาแนะนำผู้ใช้บริการ การให้บริการด้วยความเต็มใจ มีระบบการบริการที่รวดเร็วไม่ต้องรอนาน ไม่เกิดความขัดข้องในระหว่างการให้บริการ บริการได้อย่างถูกต้อง บริการอย่างทัดเทียมกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการและส่งผลให้ผู้ที่มาใช้บริการพูดถึงคลินิกเสริมความงามในทางที่ดี มีการแนะนำบอกต่อเพื่อนหรือญาติให้มาเข้าใช้บริการ

5.2.3.12 ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ -0.0898 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลแล้วได้รับการแก้ไขปัญหานั้นที่น่าพึงพอใจจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก แต่หากผู้ใช้บริการร้องเรียนปัญหาไปยังบริษัทแล้วไม่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างทันถ่วงที ก็จะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเลิกใช้บริการอย่างทันที บอกปัญหาไปยังคนที่รู้จัก และในสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับสิริภพ ภูมินันท์ (2561, หน้า 68) พบว่า เมื่อผู้ใช้บริการพบปัญหาในการใช้บริการจะทำการร้องเรียนปัญหาไปยังบริษัท บอกกับบุคคลที่รู้จัก และบอกกับสังคมออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลอง ACSI ของการให้บริการโรงพยาบาลราชวิถี สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีมากที่สุด คือ คุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ โดยบริการที่มีคุณภาพ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และการมีระบบจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม รองลงมาคือ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และการรับรู้คุณภาพที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีในการใช้บริการต่อไปในอนาคต รวมทั้งมีการบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จักให้มาใช้บริการ แต่ถ้าเมื่อใดที่ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการก็จะทำการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลโดยตรง และถ้าหากทางโรงพยาบาลสามารถจัดการข้อร้องเรียนได้ก็จะทำให้

ผู้ใช้บริการเปลี่ยนจากความไม่พึงพอใจมาเป็นความพึงพอใจในการใช้บริการ และนำไปสู่ความจงรักภักดีในการใช้บริการต่อไป

5.2.4 จากการทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถีด้วยแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index Model (ACSI) และได้ประยุกต์แบบจำลอง European Customer Satisfaction Index Model (ECSI) โดยเพิ่มภาพลักษณ์เข้ามาในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสอดคล้องกับแบบจำลอง ACSI ซึ่งอภิปรายได้ดังนี้

5.2.4.1 ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพของผู้ให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8383 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ การที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือโดยมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ การได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจจนก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และนำไปสู่การรับรู้คุณภาพ สอดคล้องกับ ปณัฐ พลับใจบุญ (2561, หน้า 59) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลธนบุรี 2 และโรงพยาบาลพญาไท 3 พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากโรงพยาบาลมีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ ผลการตรวจที่แม่นยำและถูกต้อง มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ และได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึงคุณภาพซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่โรงพยาบาล และสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุริ (2554, หน้า 97) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากการที่โรงพยาบาลมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถในการตรวจรักษาเฉพาะโรค มีเครื่องมือที่ทันสมัย มีความน่าเชื่อถือในการตรวจวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในคุณภาพ ซึ่งก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีที่ทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับว่าโรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือและอยากกลับมาใช้บริการต่อไปในอนาคต

5.2.4.2 ภาพลักษณ์ของบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7195 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ การการที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในมุมมองของผู้ใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ พงศธร พึ่งเนตร์ (2556, หน้า 58) ที่ได้ศึกษาภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2557 พบว่า การที่โรงพยาบาลมีภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่ดีก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ การเดินทางมีความ

สะดวก ความรวดเร็วในการให้บริการ รอคิวไม่นาน บริการได้อย่างทัดเทียมกัน มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ และมีระบบตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาล ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่จะได้รับบริการได้ตรงตามที่คาดหวังไว้

5.2.4.3 ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8900 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI ซึ่งมาจากการที่โรงพยาบาลมีความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าเมื่อเทียบกับเงินและเวลาที่ต้องเสียไป ซึ่งสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุริ (2554, หน้า 97) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ของการใช้บริการโรงพยาบาลมาจากการที่โรงพยาบาลมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีชื่อเสียงที่โด่งดังในการรักษา มีเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย การบริการอย่างทัดเทียมกัน การวินิจฉัยโรคได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ รวมทั้งการได้รับมาตรฐานทัดเทียมสากล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเนื่องจากรับรู้ได้ถึงคุณค่าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย

5.2.4.4 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7786 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการมักเกิดความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการของโรงพยาบาล ไม่ว่าจะในเรื่องการบริการที่สุภาพ ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี ได้รับบริการเท่าเทียมกัน โดยผู้ใช้บริการจะทำการเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนเข้าใช้บริการกับหลังได้รับการจากทางโรงพยาบาลแล้ว ซึ่งถ้าผู้ใช้บริการสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับ Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990 (อ้างถึงในดารี สถิตย์เสมากุล, 2558, หน้า 15) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เนื่องมาจากประสบการณ์สภาพแวดล้อม สถานการณ์ที่ลูกค้ามีแตกต่างกัน โดยลูกค้าจะกำหนดความคาดหวังสูงขึ้น หากได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังในครั้งก่อน ๆ แต่ถ้าเมื่อใดที่ความคาดหวังไม่ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ความคาดหวังในการใช้บริการลดลงในที่สุด และสอดคล้องกับ สมฤดี ธรรมสุริ (2554, หน้า 98) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่แพทย์และเจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการบริการ มีการตั้งใจฟังและตอบคำถามได้อย่างถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ดี การบริการที่รวดเร็ว และมีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ทำให้

ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพในการใช้บริการ และส่งผลต่อความพึงพอใจจนทำให้รู้สึกอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5.2.4.5 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.6942 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพที่ได้รับว่ามีความคุ้มค่า มีความรวดเร็วในการบริการ บริการได้อย่างความถูกต้อง มีระบบการจัดคิวในการรอรับบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 65) พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องบริการได้อย่างรวดเร็ว รอคิวไม่นาน บริการที่ได้รับเหมาะสมกับเวลาที่เสียไป และการบริการที่ได้รับคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

5.2.4.6 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.6961 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ ผู้ใช้บริการจะตั้งความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่สะดวก มีความรวดเร็ว ความถูกต้องของบริการ และระบบการให้บริการที่ดี เมื่อผู้ใช้บริการได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้หรือสูงกว่า จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับแนวความคิดของจักรกฤษ คำประเสริฐ (2560, หน้า 9) กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมาจากการประเมินบริการหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว โดยทำการเปรียบเทียบความคาดหวังว่าจะได้รับว่าตรงตามความต้องการมากน้อยเพียงใด หากผู้ใช้บริการได้รับบริการที่ตรงตามความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และประทับใจในการใช้บริการจนอยากกลับมาใช้บริการต่อในอนาคต และสอดคล้องกับ จงจิต หงษ์เจริญ (2550, หน้า 56 - 57) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลบนหอผู้ป่วยศัลยกรรมชาย โรงพยาบาลศิริราช พบว่า การให้บริการมีอิทธิพลทางบวกกับความพึงพอใจ เนื่องจากผู้ใช้เกิดความคาดหวังจะได้รับบริการที่สุภาพ มีระบบการให้บริการที่ดี มีความสะดวกรวดเร็วเมื่อมาใช้บริการ การบริการอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการต่อไปในอนาคต และสอดคล้องกับ เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557, หน้า 75 - 76) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมักจะทำ การคาดหวังว่าจะได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมในการบริการ ตลอดจนความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดได้ภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว จะทำให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ลูกค้าไว้วางใจในการบริการและยินดีใช้บริการต่อไป

5.2.4.7 การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8110 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการจะทำการเปรียบเทียบกับ

คุณภาพที่ได้รับบริการกับราคาที่จ่ายว่ามีความเหมาะสมคุ้มค่ากับเงินที่ต้องเสียไปหรือเวลาที่ต้องเสียไป ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการควรมุ่งเน้นคุณภาพของการบริการให้มีความสุภาพ บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับบริการที่ดี และการบริการได้อย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มิลินลดา กุลนาญ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เพ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพในการให้บริการมีผลเชิงบวกต่อคุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้โดยทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายไป รวมทั้งสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ที่มีความสวยงาม สะอาด มีระเบียบ มีพนักงานแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย มีโทรทัศน์และนิตยสารไว้อ่านในขณะนั่งรอ ทำให้บรรยากาศในการนั่งรอการรับบริการเป็นไปอย่างไม่น่าเบื่อ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เข้าไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงาม

5.2.4.8 การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.7623 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ คุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นสามารถวัดได้จากความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ รวมถึงความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจากความถี่ที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดของสินค้าหรือบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องบริการสุภาพ มีความสะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี การบริการอย่างเท่าเทียม ซึ่งสอดคล้องกับ ญัฐฐา เสวกวิหารี (2560, หน้า 53 - 54) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ พบว่า คุณภาพในการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยโรงพยาบาลต้องมีแพทย์ที่เชี่ยวชาญ การให้บริการที่สุภาพ มีเทคโนโลยีรองรับการให้บริการที่ทันสมัย การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ การบริการที่หลากหลาย และการพัฒนารูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ มีการตรวจวินิจฉัยอย่างละเอียด รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ เช่น ลิฟต์โดยสาร ห้องตรวจ สถานที่นั่งรอ รถเข็น ห้องน้ำ เป็นต้น และสอดคล้องกับ ปุณยภา พวงทับทิม (2560, หน้า 118) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า คุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ คือ การบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส การให้เกียรติให้ความเป็นส่วนตัว มีการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ ให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน มีความกระตือรือร้น มีการตอบสนองต่อความต้องการโดยยังมิได้ร้องขอ การอำนวยความสะดวก การบริการด้วยความเต็มใจ และการบริการจากบุคลากรในโรงพยาบาลอย่างมืออาชีพ รวมทั้งสอดคล้องกับ เกี้ยวลี ศรีจันทร์ (2557, หน้า 66 - 69) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการทรวงออป ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สีจี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่คาดหวังว่าจะได้รับคุณภาพการให้บริการที่ตรงตามความคาดหวัง ถ้าผู้ให้บริการบริการได้อย่างมีคุณภาพตรงตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ โดยที่

คุณภาพของบริการประกอบไปด้วย ความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การให้บริการอย่างมืออาชีพ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4G LTE เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่ โดยที่ศูนย์บริการจะต้องให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน มีที่นั่งเพียงพอในการรอรับบริการ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว และมีระบบจัดคิวที่ดี

5.2.4.9 การรับรู้คุณค่าในการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.8290 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ คุณค่าของบริการเกิดจากการเปรียบเทียบประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการได้รับกับต้นทุนที่สูญเสียไป โดยที่ต้นทุนที่เสียไปนั้นไม่จำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบของตัวเงิน แต่ยักรวมถึงเวลาที่สูญเสียไป และยังมีค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้น ได้แก่ บริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า มีความรวดเร็วในการให้บริการ บริการได้อย่างถูกต้อง และมีระบบการจัดคิวรับบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับ อัมพล ชุสนุก, มิถินลดา กุลนาถ, ฉวีวรรณ ชุสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณค่าที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ โดยทำการเปรียบเทียบกับเงินที่ต้องจ่ายไปหรือเวลาที่ต้องเสียไป นอกจากนี้การออกแบบสถานที่ให้มีความสวยงาม มีความสะอาดเป็นระเบียบ รวมถึงการมีพนักงานแต่งกายสุภาพ มีโทรศัพท์และนิตยสารไว้บริการในระหว่างนั่งรอ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่เบื่อหน่ายในการนั่งรอรับบริการ และรู้สึกผ่อนคลาย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เข้าไปใช้บริการในคลินิกเสริมความงาม

5.2.4.10 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ -0.0700 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของโรงพยาบาล ผู้ใช้บริการจะไม่มีข้อร้องเรียน ให้ข้อเสนอแนะ หรือติชมเกี่ยวกับการให้บริการ แต่ถ้าเมื่อใดที่ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการจะทำการร้องเรียนปัญหาไปยังโรงพยาบาลโดยตรง บอกปัญหากับบุคคลที่ท่านรู้จัก และในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Exit-Voice Theory ของ Hirschman, 1970 (อ้างถึงในนภดล ร่มโพธิ์, 2554, หน้า 121) ที่กล่าวว่า เมื่อลูกค้าไม่พอใจในสินค้าและบริการ จะแสดงพฤติกรรมออกมา 2 แนวทาง คือ การร้องเรียนไปยังผู้ผลิตสินค้าและบริการนั้น ๆ หรือการเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งรายอื่น ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงลบ แต่ในทางกลับกัน ถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจที่ดีอย่างต่อเนื่องย่อมทำให้เกิดความจงรักภักดี และส่งผลต่อรายรับและกำไรในระยะยาวขององค์กร และสอดคล้องกับ กนกวรรณ คำประเสริฐ (2560, หน้า 68) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการทรูซ้อป และเอไอเอสซ้อป พบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมาจากความผิดพลาดของการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดทัศนคติเชิงลบที่พร้อมจะแจ้งไปยังบริษัท

โดยตรง หรือบอกต่อถึงความผิดพลาด จุดบกพร่อง ข้อเสีย หรือสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ไปยังบุคคลที่รู้จัก รวมทั้งในสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านภาพลักษณ์ และการสูญเสียรายได้จากลูกค้า

5.2.4.11 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.9137 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการจะส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการในการบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก รวมทั้งใช้บริการต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับ สุธิดา ปฏิสัมพันธ์ (2558, หน้า 39) กล่าวว่า ความจงรักภักดีเป็นผลมาจากความพึงพอใจในการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลในเชิงบวกในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากลูกค้าจะทำการกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำ แต่ในขณะเดียวกันถ้าเมื่อใดที่ลูกค้ามีข้อร้องเรียนยอมส่งผลให้ความจงรักภักดีของลูกค้าลดต่ำลง และส่งผลในเชิงลบในการดำเนินธุรกิจและทัศนคติในใจลูกค้า และสอดคล้องกับ อัมพล ชูสนุก, มลินลดา กุลนาญ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เพ่งพิศ (2559, หน้า 1577) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การที่พนักงานสามารถแนะนำขั้นตอนการให้บริการได้อย่างชัดเจน คอยให้ความช่วยเหลือพร้อมให้คำปรึกษาแนะนำผู้ใช้บริการ การให้บริการด้วยความเต็มใจ มีระบบการบริการที่รวดเร็วไม่ต้องรอนาน ไม่เกิดความขัดข้องในระหว่างการใช้บริการ บริการได้อย่างถูกต้อง บริการอย่างทัดเทียมกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการและส่งผลให้ผู้ใช้บริการพูดถึงคลินิกเสริมความงามในทางที่ดี มีการแนะนำบอกต่อเพื่อนหรือญาติให้มาใช้บริการ

5.2.4.12 ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ -0.0853 ตรงตามทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการมีการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลแล้วได้รับการแก้ไขปัญหานั้นที่น่าพึงพอใจจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก แต่หากผู้ใช้บริการร้องเรียนปัญหาไปยังบริษัทแล้วไม่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างทันถ่วงที ก็จะส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเลิกใช้บริการอย่างทันที บอกปัญหาไปยังคนที่รู้จัก และในสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับ สิริภพ ภูมินันท์ (2561, หน้า 68) พบว่า เมื่อผู้ใช้บริการพบปัญหาในการใช้บริการจะทำการร้องเรียนปัญหาไปยังบริษัท บอกกับบุคคลที่รู้จัก และบอกกับสังคมออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลอง ACSI ของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการมาจากความน่าเชื่อถือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ และการมีความความเป็นมาตรฐานทัดเทียม

สากล ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังที่จะได้รับบริการที่มีคุณภาพ และได้รับความคุ้มค่าในการใช้บริการ เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพและคุณค่าในการใช้บริการก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีในการใช้บริการต่อไปในอนาคต หรือบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จักให้มาใช้บริการ แต่ถ้าเมื่อใดที่ผู้ให้บริการเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการก็จะทำการร้องเรียนไปยังโรงพยาบาลโดยตรง และถ้าหากทางโรงพยาบาลสามารถจัดการข้อร้องเรียนได้ก็จะทำให้ผู้ให้บริการเปลี่ยนจากความไม่พึงพอใจมาเป็นความพึงพอใจในการใช้บริการ และนำไปสู่ความจงรักภักดีในการใช้บริการต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 โรงพยาบาลควรจัดหาสิทธิพิเศษให้กับผู้ให้บริการที่มีอายุ 21 – 30 ปี ที่มีสถานภาพโสด กำลังศึกษาปริญญาตรีหรือปริญญาตรี และมีรายได้ประมาณ 15,001 – 30,000 บาท เช่น การมอบบัตรส่วนลด 10% การจัดโปรโมชั่นตรวจสุขภาพประจำปีในราคาสุดคุ้ม เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักไม่เปลี่ยนใจหรือให้ความสนใจในโรงพยาบาลของคู่แข่ง

5.3.1.2 ทางโรงพยาบาลควรคิดหากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรักษากลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการแผนกกุมารเวชกรรม เช่น การจับระยะเวลาในการให้บริการ การให้บริการที่รวดเร็ว มีการทอแฉ่งเวลานัดการให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

5.3.1.3 โรงพยาบาลควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีความคุ้มค่า ความรวดเร็วในการให้บริการ บริการได้ถูกต้อง และมีระบบจัดคิวรับบริการที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าในการให้บริการและส่งผลให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

5.3.1.4 โรงพยาบาลนพรัตนราชธานีควรมีการพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้บริการอย่างสุภาพ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีระบบจัดคิวรับการรักษาที่ดี และให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพในการให้บริการและส่งผลให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

5.3.1.5 โรงพยาบาลราชวิถีควรคิดหากลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่ต้องการความรวดเร็วในการใช้บริการ เช่น การจับเวลาในการเรียกคิวเข้ารับบริการห้ามเกิน 15 นาที เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ คำประเสริฐ. (2560). *ความพึงพอใจในการใช้ศูนย์บริการทुरुซ้อป และเอไอเอสซ้อป*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม.
- แก้ววลี ศรีจันทร์. (2557). *คุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ ทुरुซ้อป ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สีจี แอลทีอี เครือข่ายทรูมูฟ เอช จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร. (2559). *ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- คุณานันท์ สุขพาสน์เจริญ, ภัทรภัทร์ ชูแซ, และอดิภา อ่องเอี่ยม. (กันยายน-ธันวาคม 2558). รูปแบบการสร้างความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดสำหรับการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 9(3), หน้า 1-10.
- จงจิต หงษ์เจริญ. (2550). *ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการพยาบาลบนหอผู้ป่วยศัลยกรรมชาย โรงพยาบาลศิริราช*. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาการสังคมและการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- จักรกฤษ คำประเสริฐ. (2560). *ความพึงพอใจในการใช้บริการทुरु อินเทอร์เน็ต และซี อินเทอร์เน็ต*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม.
- ณัฐฐา เสวกวิหारी. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลรามาริบัติ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- ดําริ สถิตย์เสมากุล. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- นภดล รมโพธิ์. (2554). *หนังสือรวมบทความการวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน*. กรุงเทพฯ: คณะบุคคลอิเมจิเนียร์.

- ปณัฐ พลัฒ์ใจบุญ. (2561). *ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลธนบุรี 2 และโรงพยาบาลพญาไท 3. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม.*
- ปณณภา พวงทับทิม. (2560). *คุณภาพการบริการ และ ความพึงพอใจโรงพยาบาล AAA อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.*
- ปณณภาพัชร อัจหาญ. (2555). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. ปัญหาพิเศษปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.*
- พงศธร พึ่งเนตร. (2556). *ภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล เอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2557. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.*
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า เจเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.*
- ยศพร คชวัตร. (2557). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.*
- วัชรกร สุวรรณ. (2558). *ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ (SIPH) ในการรับรู้ของผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.*
- วิสนนันท์ สุดประเสริฐ. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า บริษัท ชัมมิท ฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด (สาขาบางนา). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิชาเอก การจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.*
- วิภาวี ขาดิษฐ์. (2559). *ความพึงพอใจของผู้มารับบริการต่อคุณภาพบริการแผนกจ่ายยาผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเจ้าพระยายมราช จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาเภสัชศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุข มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.*
- สิทธิศักดิ์ พลภักษ์ปิติกุล. (2544). *คู่มือการตรวจประเมินคุณภาพโรงพยาบาล. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).*

- สมฤดี ธรรมสุริตี. (2554). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- สิริภพ ภูมินันท์. (2561). *ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ฮอนด้า และโตโยต้า*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม.
- สุธิดา ปฏิสัมพันธ์ทางวงศ์. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิต ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- อัญพัชฌ์ ศักดิ์ดีเรกรัตน์. (2559). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- อัมพล ชูสนุก, มลิณลดา กุลนายุ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และสุภาพร เฟ่งพิศ (มกราคม – เมษายน 2559). *อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(1), หน้า 1565 – 1584.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer. *The Swedish Experience. Journal of marketing*, 56(1), pp. 6 - 21.
- Marie-Paule Bayol, Anne de la Foye, Carole Tellier and Michel Tenenhaus. (2000). European Consumer Satisfaction Index (ECSI) model. *Published in Statistica Applicata*, 3(12), p. 2.





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้สึกรู้สึกความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จึงขอความกรุณาท่านช่วยตอบแบบสอบถาม โดยที่คำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับไม่มีการเปิดเผยตัวบุคคลในแบบสอบถาม ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ที่ตรงกับความเป็นจริง)

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21 – 30 ปี

31 – 40 ปี

ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี

กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท

สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> นิสิต/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 บาทขึ้นไป |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี
คำชี้แจง (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ที่ตรงกับความเป็นจริง)

7. แผนกล้าสุดที่ท่านใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีคือ

- | | | |
|------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> อายุรกรรม | <input type="checkbox"/> กุมารเวชกรรม | <input type="checkbox"/> สูติ-นรีเวชกรรม |
| <input type="checkbox"/> ผิวนั่ง | <input type="checkbox"/> อุบัติเหตุ ฉุกเฉิน | |

8. ท่านใช้บริการของโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีบ่อยแค่ไหน

- | | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เป็นประจำ | <input type="checkbox"/> เฉพาะโรค | <input type="checkbox"/> นาน ๆ ครั้ง |
|------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|

9. ความสัมพันธ์กับผู้ป่วย/ผู้รับบริการ

- | | | |
|--|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัวผู้ป่วยเอง | <input type="checkbox"/> พ่อ/แม่ | <input type="checkbox"/> สามเณร/ภรรยา |
| <input type="checkbox"/> บุตร | <input type="checkbox"/> ญาติ | <input type="checkbox"/> เพื่อน |

10. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยของการรอพบแพทย์

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15 นาที | <input type="checkbox"/> 15 – 40 นาที |
| <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ 41 นาทีขึ้นไป | |

11. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยของการรอตรวจเลือด

น้อยกว่า 15 นาที

15 – 40 นาที

ตั้งแต่ 41 นาทีขึ้นไป

12. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยของการรอรับยา

น้อยกว่า 15 นาที

15 – 40 นาที

ตั้งแต่ 41 นาทีขึ้นไป

13. สาเหตุหลักที่ท่านเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

การเดินทางสะดวก

ชื่อเสียงของแพทย์

บริการที่ดี มีความสะดวกและรวดเร็ว

ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม

14. โดยส่วนใหญ่ท่านเดินทางไปโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีอย่างไร

รถยนต์ส่วนตัว

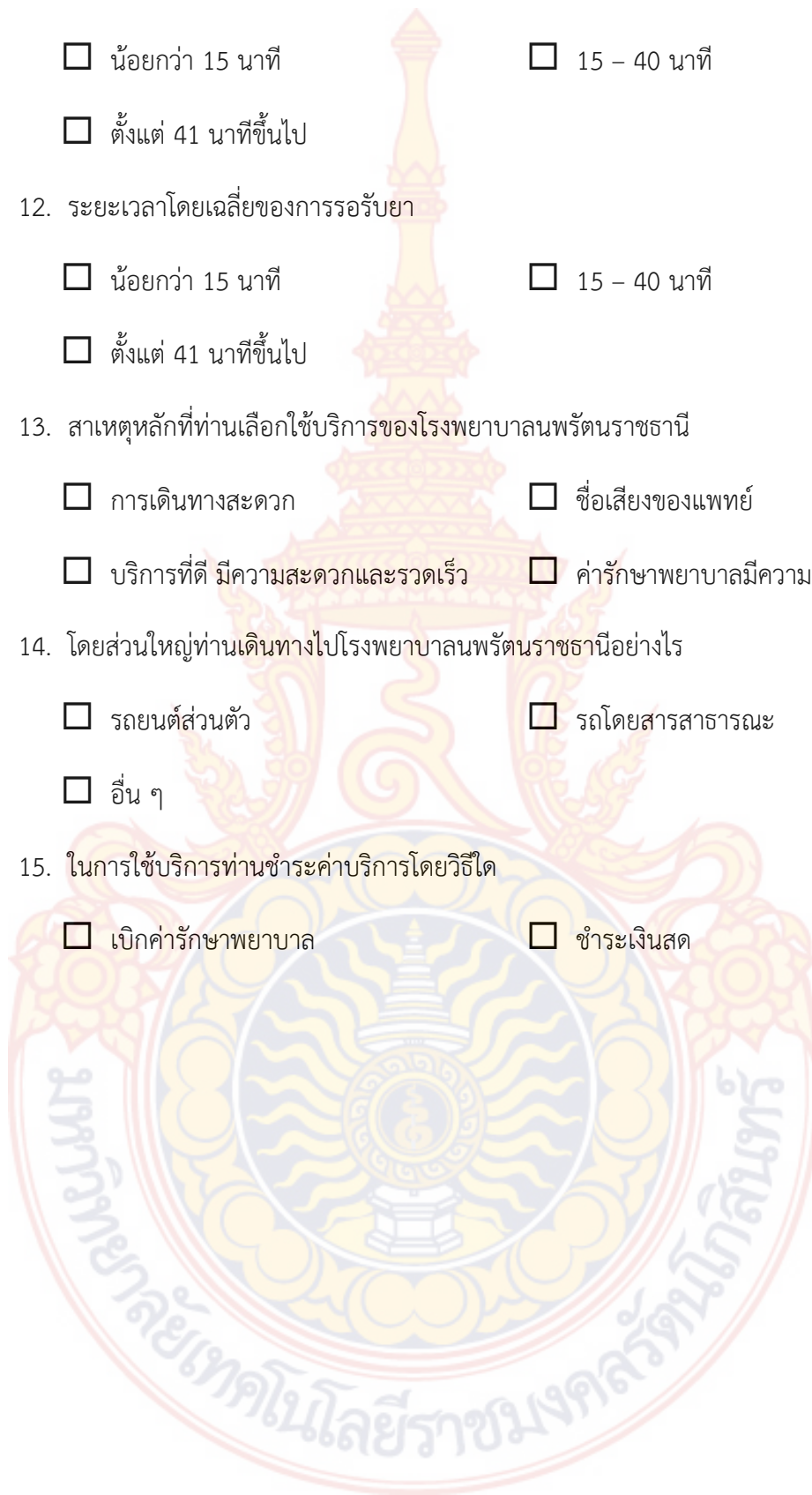
รถโดยสารสาธารณะ

อื่น ๆ

15. ในการใช้บริการท่านชำระค่าบริการโดยวิธีใด

เบิกค่ารักษาพยาบาล

ชำระเงินสด



ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

คำชี้แจง (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน □ ที่ตรงกับความเป็นจริง)

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ศูนย์บริการ				
	มากที่สุด	—————>			น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ท่านคาดหวังต่อการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีในระดับใด					
1. บริการลงทะเบียนได้รวดเร็ว					
2. รอรับการรักษานาน					
3. รอรับยาไม่นาน					
4. รอจ่ายเงินไม่นาน					
มุมมองของท่านที่มีต่อคุณภาพของการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี					
1. มีบริการที่สุภาพดี					
2. การบริการที่สะดวกรวดเร็ว					
3. มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี					
4. ได้รับการบริการเท่าเทียมกัน					
คุณค่าของบริการที่ท่านได้รับจากการใช้บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานีอยู่ในระดับใด					
1. คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า					
2. ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า					
3. ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ศูนย์บริการ				
	มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
4. มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม					
ท่านมีมุมมองต่อการใช้บริการโรงพยาบาล นพรัตนราชธานีอย่างไร					
1. มีความเชื่อถือได้					
2. มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ					
3. มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ					
4. ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล					
ความพึงพอใจที่ท่านได้รับจากการใช้บริการ โรงพยาบาลนพรัตนราชธานีอยู่ในระดับใด					
1. ความสะดวกของบริการ					
2. ความรวดเร็วของบริการ					
3. ความถูกต้องของบริการ					
4. ระบบการให้บริการที่ดี					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ศูนย์บริการ มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
ท่านเคยพบปัญหาที่ไม่พอใจกับการใช้บริการโรงพยาบาล นพรัตนราชธานี และเคยหรือมีโอกาสในการร้องเรียน					
1. ร้องเรียนกับผู้บริหารโรงพยาบาล					
2. บอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก					
3. บอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์					
ท่านมีความภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาล นพรัตนราชธานีในระดับใด					
1. ท่านจะใช้บริการต่อไปในอนาคต					
2. ท่านจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก					

ขอขอบคุณอย่างสูงสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้สึกรู้สึกความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จึงขอความกรุณาท่านช่วยตอบแบบสอบถาม โดยที่คำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับไม่มีการเปิดเผยตัวบุคคลในแบบสอบถาม ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ที่ตรงกับความเป็นจริง)

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21 – 30 ปี

31 – 40 ปี

ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี

กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท

สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> นิสิต/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 บาทขึ้นไป |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี
คำชี้แจง (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ที่ตรงกับความเป็นจริง)

7. แผนกล้าสุดที่ท่านใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีคือ

- | | | |
|------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> อายุรกรรม | <input type="checkbox"/> กุมารเวชกรรม | <input type="checkbox"/> สูติ-นรีเวชกรรม |
| <input type="checkbox"/> ผิวน้ำ | <input type="checkbox"/> อุบัติเหตุ ฉุกเฉิน | |

8. ท่านใช้บริการของโรงพยาบาลราชวิถีบ่อยแค่ไหน

- | | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เป็นประจำ | <input type="checkbox"/> เฉพาะโรค | <input type="checkbox"/> นาน ๆ ครั้ง |
|------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|

9. ความสัมพันธ์กับผู้ป่วย/ผู้รับบริการ

- | | | |
|--|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัวผู้ป่วยเอง | <input type="checkbox"/> พ่อ/แม่ | <input type="checkbox"/> สามเณร/ภรรยา |
| <input type="checkbox"/> บุตร | <input type="checkbox"/> ญาติ | <input type="checkbox"/> เพื่อน |

10. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยของการรอพบแพทย์

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15 นาที | <input type="checkbox"/> 15 – 40 นาที |
| <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ 41 นาทีขึ้นไป | |

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี

คำชี้แจง (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ที่ตรงกับความเป็นจริง)

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ศูนย์บริการ				
	มากที่สุด	—————>			น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ท่านคาดหวังต่อการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีในระดับใด					
1. บริการลงทะเบียนได้รวดเร็ว					
2. รอรับการรักษานาน					
3. รอรับยาไม่นาน					
4. รอจ่ายเงินไม่นาน					
มุมมองของท่านที่มีต่อคุณภาพของการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถี					
1. มีบริการที่สุภาพดี					
2. การบริการที่สะดวกรวดเร็ว					
3. มีระบบจัดคิวรอรับการรักษาที่ดี					
4. ได้รับการบริการเท่าเทียมกัน					
คุณค่าของบริการที่ท่านได้รับจากการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีอยู่ในระดับใด					
1. คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า					
2. ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า					
3. ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ศูนย์บริการ				
	มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
4. มีระบบการจัดคิวรอรับบริการที่เหมาะสม					
ท่านมีมุมมองต่อการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีอย่างไร					
1. มีความเชื่อถือได้					
2. มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถ					
3. มีระบบการตรวจรักษาที่มีประสิทธิภาพ					
4. ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล					
ความพึงพอใจที่ท่านได้รับจากการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีอยู่ในระดับใด					
1. ความสะดวกของบริการ					
2. ความรวดเร็วของบริการ					
3. ความถูกต้องของบริการ					
4. ระบบการให้บริการที่ดี					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้ศูนย์บริการ				
	มากที่สุด	—————>			น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ท่านเคยพบปัญหาที่ไม่พอใจกับการใช้บริการโรงพยาบาล ราชวิถี และเคยหรือมีโอกาสในการร้องเรียน					
1. ร้องเรียนกับผู้บริหารโรงพยาบาล					
2. บอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก					
3. บอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์					
ท่านมีความภักดีในการใช้บริการโรงพยาบาลราชวิถีใน ระดับใด					
1. ท่านจะใช้บริการต่อไปในอนาคต					
2. ท่านจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ให้กับคนที่รู้จัก					

ขอขอบคุณอย่างสูงสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัย



ภาพผนวก ข.1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ด้วยแบบจำลอง ACSI ของบริการ
โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี และโรงพยาบาลราชวิถี

```
*All Data (Combine Two Firms)
```

```
use data2.dta, clear
```

```
pwcorr `COR', sig
```

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
x1	1.0000						
x2	0.7786 0.0000	1.0000					
x3	0.6942 0.0000	0.8110 0.0000	1.0000				
x4	0.7195 0.0000	0.8383 0.0000	0.8900 0.0000	1.0000			
x5	0.6961 0.0000	0.7623 0.0000	0.8290 0.0000	0.8487 0.0000	1.0000		
x6	-0.0062 0.8973	-0.0309 0.5232	-0.0500 0.3017	-0.0461 0.3411	-0.0700 0.1478	1.0000	
x7	0.6615 0.0000	0.7619 0.0000	0.7979 0.0000	0.8107 0.0000	0.9137 0.0000	-0.0853 0.0777	1.0000

ภาพผนวก ข.2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ด้วยแบบจำลอง ACSI ของการใช้
บริการโรงพยาบาลนพรัตนราชธานี

```
*Firm 1 - a0==1
pwcorr `COR' if a0==1, sig
```

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
x1	1.0000						
x2	0.7864 0.0000	1.0000					
x3	0.6714 0.0000	0.7669 0.0000	1.0000				
x4	0.7012 0.0000	0.8191 0.0000	0.8594 0.0000	1.0000			
x5	0.6475 0.0000	0.7603 0.0000	0.8060 0.0000	0.8548 0.0000	1.0000		
x6	-0.0412 0.5436	-0.0418 0.5377	-0.0789 0.2440	-0.0761 0.2607	-0.0756 0.2639	1.0000	
x7	0.6223 0.0000	0.7552 0.0000	0.7795 0.0000	0.8196 0.0000	0.9507 0.0000	-0.0776 0.2518	1.0000

ภาพผนวก ข.3 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ด้วยแบบจำลอง ACSI ของการใช้
บริการโรงพยาบาลราชวิถี

```
*Firm 2 - a0==2
pwcorr `COR' if a0==2, sig
```

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7
x1	1.0000						
x2	0.7699 0.0000	1.0000					
x3	0.7197 0.0000	0.8478 0.0000	1.0000				
x4	0.7433 0.0000	0.8462 0.0000	0.9126 0.0000	1.0000			
x5	0.7506 0.0000	0.7450 0.0000	0.8405 0.0000	0.8288 0.0000	1.0000		
x6	0.0457 0.5107	-0.0084 0.9039	-0.0120 0.8627	-0.0024 0.9723	-0.0575 0.4082	1.0000	
x7	0.7075 0.0000	0.7466 0.0000	0.8032 0.0000	0.7813 0.0000	0.8668 0.0000	-0.0898 0.1959	1.0000

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวฐนิภา ภัทระภูศิริ
วัน เดือน ปีเกิด	21 ธันวาคม 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	154/9-10 ถนนบำรุงเมือง แขวงคลองมหานาค เขตป้อมปราบ กรุงเทพมหานคร 10100
สถานที่ทำงาน	โรงพยาบาลเลิดสิน
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน
พ.ศ. 2550	ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระพิมุข จักรวรรดิ
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน	พนักงานกระทรวงสาธารณสุข โรงพยาบาลเลิดสิน กรมการแพทย์

