

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความคาดหวังของผู้รับบริการต่อบริการหอผู้ป่วยในพิเศษโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎี
- 2.2 ข้อมูลทั่วไปของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน)
- 2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎี

##### 2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการ

สมิต สัจฉกร (2542:216-218) กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการว่า ผู้รับบริการทุกคน ต้องการบริการขั้นหนึ่ง คือ ความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ ถูกต้อง สมบูรณ์ ได้รับประโยชน์ สูงสุด ได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น ถูกใจ ที่สำคัญคือ รวดเร็วตั้งใจ ไม่ต้องรอคอย การให้บริการเพื่อสร้างความพอใจจะต้องสนองความคาดหวังของผู้รับบริการซึ่งความคาดหวังเป็นเรื่องของจิตใจ อาจแสดงออกทางคำพูด คำบอกกล่าวของผู้รับบริการหรือตั้งสมมุติฐานว่าผู้ให้บริการจะต้องรู้เองซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยากที่จะพิจารณาจากสิ่งใด ซึ่งอาจจะจำแนกความคาดหวังของผู้รับบริการในแต่ละด้านดังนี้

1. สิ่งที่เห็นได้ ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้เห็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดเตรียมไว้ว่ามีเพียงพอหรือไม่เพียงใดรวมทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์มีความทันสมัยหรือไม่ จัดเตรียมบุคลากรไว้อย่างไร มากเพียงพอแก่การให้บริการหรือไม่ มีเครื่องมือสื่อสารที่พร้อมจะให้ความสะดวกหรือไม่

2. ความรู้สึกร่วม ผู้รับบริการมีความคาดหวังว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างสุภาพ ต้องการคำกล่าวปฏิสัมพันธ์ที่ทักทายที่ยกย่อง การแสดงกิริยานอบน้อม คำพูดไพเราะ ให้ความเอาใจใส่และมีความเป็นกันเอง เมื่อมีข้อสงสัยจะต้องได้รับคำตอบชี้แจง หรือจัดหาให้ตามความต้องการ ผู้รับบริการทุกคนคาดหวังที่จะได้รับความสนใจให้ความสำคัญและให้เกียรติ

3. การตอบสนอง ผู้รับบริการคาดหวังว่า ผู้ให้บริการจะมีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลืออย่างจริงใจและจริงจัง เมื่อต้องการความสะดวกอย่างไรก็จะได้รับการที่ทันท่วงทีมีความสะดวกรวดเร็วทันใจและรับประโยชน์สูงสุด

4. การให้หลักประกัน ผู้รับบริการคาดหวังว่าผู้ให้บริการ มีความรู้ในเรื่องที่จะบริการอย่างแท้จริง เป็นผู้ที่มื่อorthyที่จะรับเรื่องอันเป็นปัญหาของเขาไว้ เป็นผู้ที่เขาสามารถพูดคุยอย่างเปิดเผยด้วยความไว้วางใจ และช่วยแก้ปัญหาให้เขาได้ รวมทั้งสามารถสร้างความมั่นใจว่าเขาจะได้รับการที่มีคุณภาพ คู่คุณค่า ถูกต้อง สมบูรณ์

5. ความเชื่อถือได้ ผู้รับบริการคาดหวังว่า ผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติตามที่สัญญาด้วยการให้บริการที่ถูกต้อง สะดวกรวดเร็ว ด้วยการยึดมั่นในคำสัญญาที่จะให้บริการต่างๆอย่างแท้จริง

ผู้รับบริการนอกจากจะคาดหวังในสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังต้องการอรรถาธิบายไม่ตรีจากผู้ให้บริการ ต้องการได้รับสิ่งที่ถูกใจ ได้เห็นใบหน้าที่ยิ้มแย้ม พุดจาไพเราะ สุภาพ ความเป็นกันเอง ให้คำแนะนำที่เข้าใจง่าย มีเหตุผล และถ้าจะให้เกิดความชื่นชมประทับใจเป็นพิเศษก็ต้องได้รับสิ่งดีๆเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก

### 2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

#### ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2525 หน้า 462 ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ

#### ทฤษฎีสวนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ตามทฤษฎีของ Philip Kotler (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2549: 63-83) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้า นั้น โดยพื้นฐานมีอยู่ 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป คือ จะต้อง มีการเน้นถึง พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนั้นส่วนประสมของการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) จึงประกอบไปด้วย 7Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) ที่เกิดขึ้น โดยบริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ บริการจะต้องมีคุณภาพ เช่นเดียวกับสินค้าที่เสนอขายแก่ลูกค้า ต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่

ลูกค้าคาดหวัง (Expected Product) หรือเกินความคาดหวัง (Augmented Product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งกำหนดรายได้ของกิจกรรม กล่าวคือ ตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น ตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตามก็มีได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามชอบใจ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสภาวะของการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่ม ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า เพราะนั่นหมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการรวมถึงเวลาความพยายามในการใช้ความคิดและก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ ผลที่ตามมาก็คือ ลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง หรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ

3. ช่องทางการให้บริการ (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ รวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งจะสนับสนุนการส่งมอบบริการจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าได้ง่ายขึ้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย สำหรับธุรกิจบริการ การส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้กันมากยกตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) ใช้สร้างภาพพจน์ระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ และทำให้เกิดการขายรวดเร็ว

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการสื่อสารที่อาจนำลูกค้าไปยังผลิตภัณฑ์ หรือเป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ประกอบไปด้วยเครื่องมือมากมาย เช่น คุปอง การแจก การแถม เป็นต้น

4.3 การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่ (Public Relations) เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการดำเนินงานของบริษัทให้เข้าถึงลูกค้า

4.4 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสร้างความนิยมชมชอบ ความเชื่อและตัดสินใจเลือก และการก่อปฏิริยาซื้อ โดยอาศัยบุคคลเป็นผู้แจ้งข่าวสาร

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการส่งข่าวสารสู่บุคคลหนึ่ง โดยเฉพาะได้อย่างรวดเร็ว ผ่านเครื่องมือที่มีหลายรูปแบบ เช่น จดหมายตรง ทางโทรศัพท์

4.6 การสะสมคะแนน (Loyalty Program) เป็นการเน้นความจงรักภักดีจากลูกค้า ด้วยการให้สิทธิประโยชน์สะสมทุกครั้งของการใช้บริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึกผูกพันกับธุรกิจ

5. บุคคลากร (People) คือการเลือกการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานซึ่งประกอบ ด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคล ดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ เพื่อให้เกิดความแตกต่างในบริการที่ทำให้ลูกค้า พอใจได้เป็นอย่างมาก

6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ สวน ห้องน้ำ ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็น เครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็น ปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหรา และสวยงามเพียงใดบริการ น่าจะมีคุณภาพตามด้วย

7. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการการให้บริการเป็นส่วน ประกอบ ทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการ ทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมัก ประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความ ต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอน ใดไม่ดี แม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

#### 2.1.4 ข้อมูลทั่วไปโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน)

โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) เป็นโรงพยาบาลของรัฐแห่งแรกของ ประเทศไทยที่นำร่องรูปแบบการบริหารแบบองค์การมหาชน ตามพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พุทธศักราช 2542 โดยมีพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) เริ่ม ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2543 ตามมาตรา 6 ให้โรงพยาบาลมีวัตถุประสงค์ในการ ดำเนินกิจการดังนี้

1. ให้บริการด้านการรักษาพยาบาลทั่วไป การส่งเสริมสุขภาพ การควบคุม ป้องกันโรคและการฟื้นฟูสุขภาพตามมาตรฐานทางการแพทย์

2. ดำเนินการด้านเวชกรรมป้องกันส่งเสริม และสนับสนุนการสาธารณสุขโดยคำนึงถึงนโยบายรัฐในเรื่องดังกล่าวด้วย

3. ดำเนินกิจการอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐและความต้องการของชุมชนปัจจุบัน โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) มีสาขาในการให้บริการ 8 แห่ง ได้แก่

1. โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สาขาสมุทรสาคร ขนาด 300 เตียง
2. โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สาขาพร้อมมิตร (สุขุมวิทซอย 39)ขนาด 100 เตียง
3. โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สาขาศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ เฉพาะผู้ป่วยนอก และบริการด้านทันตกรรม
4. โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สาขาพระราม 2 สมุทรสาคร เฉพาะผู้ป่วยนอก
5. ศูนย์แพทย์ชุมชนราษฎร์บำรุง ตำบลเกษตรพัฒนา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร
6. ศูนย์สุขภาพชุมชนธนบุรี เฉพาะผู้ป่วยนอก
7. ศูนย์สุขภาพชุมชนโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน)สาขาหลักสาม เฉพาะผู้ป่วยนอก
8. ศูนย์ล้างไตทางหน้าท้องโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สาขาธนบุรี

โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สาขาสมุทรสาคร เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน)โดยตั้งอยู่ที่ 198 หมู่1 ถนนบ้านแพ้วพระประโทน ตำบลบ้านแพ้ว อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

#### วิสัยทัศน์

เป็นองค์การมหาชนที่เรียนรู้ มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ บริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพของตนเอง

คำขวัญ คุณภาพเป็นรากฐาน บริการเพื่อมวลชน สร้างศรัทธาสู่ชุมชน เอื้อทุกคนด้วยน้ำใจ

### พันธกิจ

1. สร้างเสริมสุขภาพและป้องกันโรคแก่ประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบ
2. ให้การรักษาพยาบาลโดยมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า
3. พัฒนาสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ
4. เป็นแหล่งฝึกฝนและเรียนรู้แก่องค์กร และสถาบันต่าง ๆ

### ประเด็นยุทธศาสตร์

1. สร้างนำซ่อมสุขภาพ
2. มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ
3. การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน
4. สร้างศักยภาพเชิงการแข่งขันและนวัตกรรม

### ค่านิยมองค์กร

1. ยึดผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง
2. การทำงานเป็นทีม
3. การแก้ปัญหาแบบบูรณาการ
4. การใช้มาตรฐานในการทำงาน
5. ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมการพัฒนาต่อเนื่อง
6. ความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและสังคม

### การบริการ

โรงพยาบาลเปิดให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป ทั้งผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยในตลอด 24 ชั่วโมงไม่เว้นวันหยุดราชการ โดยให้บริการดังนี้

1. ด้านอายุรกรรม มีแพทย์เฉพาะทาง ด้าน อายุรกรรมทั่วไป อายุรกรรมโรคทรวงอก อายุรกรรมหัวใจและหลอดเลือด อายุรกรรมระบบทางเดินปัสสาวะ
2. ด้านศัลยกรรมมีแพทย์เฉพาะทางด้าน ศัลยกรรมทั่วไป ศัลยกรรมช่องท้อง ศัลยกรรมระบบทางเดินปัสสาวะ ศัลยกรรมกระดูกและข้อ ศัลยกรรมประสาท และศัลยกรรมตกแต่ง
3. ด้านสูติ – นรีเวชกรรมมีแพทย์เฉพาะทางด้านสูติ – นรีเวช
4. ด้านจักษุ จัดบริการในลักษณะศูนย์จักษุบริการครบวงจรโดยแพทย์เฉพาะทางจักษุ ด้านจักษุทั่วไป ด้านเรตินา ด้านกระจกตาและด้านต้อหิน ให้บริการรักษาพยาบาลในสถานที่และหน่วยเคลื่อนที่โดยทีมแพทย์พยาบาลที่สามารถให้การตรวจรักษาทั่วไปและผ่าตัดต้อกระจกนอกสถานที่ทั่วประเทศไทย



5. ด้าน หู คอ จมูกมี แพทย์เฉพาะทางด้านหู คอ จมูกที่ให้บริการตรวจรักษาทั่วไป และการผ่าตัดศัลยกรรมด้าน หู คอ จมูก
6. ด้านกุมารเวชกรรมมีแพทย์เฉพาะทางที่เป็นกุมารแพทย์ทั่วไป กุมารแพทย์ด้าน พัฒนาการเด็ก และด้านภูมิคุ้มกัน โรค
7. ด้านทันตกรรม มีการรักษาโดยทันตแพทย์ด้านทันตกรรมทั่วไป ทันตแพทย์ เฉพาะทางด้านการรักษารากฟัน และการตกแต่งด้านทันตกรรม
8. ด้านรังสีวินิจฉัยมีบริการรังสีวินิจฉัยโดยรังสีแพทย์ ได้แก่วินิจฉัยทั่วไป เอกซเรย์คอมพิวเตอร์ อัลตราซาวด์และแมมโมแกรม
9. ด้านชั้นสูตร โรคมีห้องปฏิบัติการที่มีเครื่องมือทันสมัยบริการ โดยนักเทคนิค การแพทย์
10. บริการฟื้นฟูสุขภาพโดยแพทย์ พยาบาล นักกายภาพบำบัด การแพทย์แผนไทย นักโภชนาการ และเจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุขศาสตร์
11. บริการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค โดยทีมแพทย์ พยาบาลนักศึกษาศึกษา และเจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุขศาสตร์
12. หน่วยบริการด้านอาชีวอนามัยโดยรับตรวจสุขภาพประจำปี และตรวจ รักษาพยาบาลต่อเนื่องให้กับหน่วยงานรัฐและเอกชนต่าง ๆ
13. หน่วยไตเทียมบริการล้างไต โดยการฟอกเลือดโดยเครื่องไตเทียมและล้างไตทาง หน้าท้อง
14. ศูนย์สุขภาพดี ให้บริการตรวจสุขภาพประจำปีแก่ประชาชนที่ต้องการตรวจ สุขภาพประจำปี
15. ศูนย์รถพยาบาลฉุกเฉินบริการรับผู้ป่วยฉุกเฉินที่บ้านตลอด 24 ชั่วโมงโดยทีมที่ ผ่านการอบรมด้านการกู้ชีพ
16. ศูนย์ดูแลสุขภาพผู้ป่วยที่บ้าน ให้บริการตรวจรักษาพยาบาลที่บ้านเฉพาะ ประชาชนในเขต อ. บ้านแพ้วและใกล้เคียง  
บริการหอผู้ป่วยในพิเศษโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) สาขาสมุทรสาคร  
หอผู้ป่วยในพิเศษโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) เป็นสถานที่ที่ผู้ป่วยพักรักษาโรคโดยโรงพยาบาลจัดให้พักแยกห้องไม่รวมกับผู้ป่วยอื่น ๆ และมีบริการที่แตกต่างจากหอผู้ป่วยในสามัญ ปัจจุบันห้องผู้ป่วยในพิเศษโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) จังหวัดสมุทรสาครมีจำนวน 84 ห้อง ได้แก่

1. หอผู้ป่วยพิเศษ 3 ตึกสมเด็จพระย่า 1 จำนวน 20 ห้อง
2. หอผู้ป่วยพิเศษ 4 ตึกสมเด็จพระย่า 1 จำนวน 20 ห้อง
3. หอผู้ป่วยพิเศษ 3 ตึกสมเด็จพระย่า 2 จำนวน 20 ห้อง
4. หอผู้ป่วยพิเศษ 4 ตึกสมเด็จพระย่า 2 จำนวน 20 ห้อง
5. หอผู้ป่วยพิเศษ ตึกสงฆ์ จำนวน 4 ห้อง

### ห้องพิเศษมีดังนี้

1. ห้องเดี่ยวขนาดใหญ่ ราคา 2,000 บาท เป็นระดับ วีไอพี จำนวน 6ห้องมีเตียงไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ ปุ่มกดเรียกพยาบาลระบบอัตโนมัติ พัดลม ตู้เย็น โทรทัศน์ ทีวีสีจอแบน ตู้เสื้อผ้า ตู้ข้างเตียง 2 ใบเตียงนอนญาติ โต๊ะอาหาร/ทำงาน แจกันดอกไม้ หนังสือ งานชมสำหรับใส่อาหาร โซฟาปรับแชก ผ้าห่ม หมอนสำหรับญาติ และของใช้ประจำห้องน้ำ
2. ห้องเดี่ยวปกติราคา 1,500 บาท จำนวน 40 ห้องมีเตียงไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ ปุ่มกดเรียกพยาบาลระบบอัตโนมัติ พัดลม ตู้เย็น โทรทัศน์ ทีวีสีจอแบน ตู้ข้างเตียง 1 ใบ โซฟา เอนกประสงค์ โต๊ะอาหาร/ทำงาน ผ้าห่ม หมอนสำหรับญาติและของใช้ประจำห้องน้ำ
3. ห้องเดี่ยวปกติราคา 1,000 บาทมี 34ห้อง มีเตียงฟาวเลอร์แบบมือหมุนปรับระดับ เครื่องปรับอากาศ ปุ่มกดเรียกพยาบาลระบบอัตโนมัติ พัดลม ตู้เย็น ทีวีสี ตู้ข้างเตียง 1 ใบ โซฟา เอนกประสงค์ ผ้าห่ม หมอนสำหรับญาติและของใช้ประจำห้องน้ำ
4. ห้องเดี่ยวปกติราคา 700 บาท จำนวน 4ห้องมีเตียงฟาวเลอร์แบบมือหมุนปรับระดับ เครื่องปรับอากาศ ปุ่มกดเรียกพยาบาลระบบอัตโนมัติ พัดลม ตู้เย็น ทีวีสี ตู้ข้างเตียง 1 ใบ โซฟาเอนกประสงค์ขนาดเล็ก ผ้าห่ม หมอนสำหรับญาติ และของใช้ประจำห้องน้ำ

### ช่องทางการจองห้องพิเศษ

1. โทรศัพท์สายตรงที่แผนก admission
2. ที่แผนก admission
3. ที่พยาบาลหรือผู้ช่วยเหลือผู้ป่วยแผนกผู้ป่วยนอก หรือผู้ป่วยในที่ผู้ป่วยรับบริการ ได้ทุกแผนก รายชื่อผู้ป่วยจะเรียงตามลำดับการจองโดยเจ้าหน้าที่ admission จะทราบจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ กรณีมีผู้ป่วยได้รับการจำหน่ายห้องว่างจะถูกจัดสรรให้ผู้ป่วยรายต่อไป ภายหลังเตรียมความพร้อมของห้องในการรับใหม่แล้ว

ลักษณะห้องพิเศษเป็นห้องพิเศษไม่แยกแผนก เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถเลือกห้องพักได้ โดยแพทย์ประจำตัวผู้ป่วยจะเป็นผู้ติดตามให้บริการผู้ป่วยแต่ละรายที่ตนรับบริการรักษาแต่ละหอ



ผู้ป่วยพิเศษจะมีทีมพยาบาลประจำตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อบริการผู้ป่วยอย่างใกล้ชิดและประสานงานกับแพทย์ และวิชาชีพที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและการให้บริการผู้ป่วย

#### การบริการแต่ละหอผู้ป่วยมีผู้ให้บริการหลักประจำหอผู้ป่วย ได้แก่

1. แพทย์ตรวจเยี่ยมผู้ป่วยวันละอย่างน้อย 1 ครั้ง และทุกครั้งที่มีการรายงานอาการเปลี่ยนแปลงจากทีมพยาบาล
2. ทีมพยาบาลประจำหอผู้ป่วย จะตรวจเยี่ยมผู้ป่วยอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลาที่ผู้ป่วยพักรักษาในหอผู้ป่วย ให้การพยาบาลตามแผนการพยาบาลและแผนการรักษาของแพทย์ และต้องตรวจวัดสัญญาณชีพ เช่น จังหวะจร วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์และนับหายใจอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง และมากขึ้นตามอาการผู้ป่วยตามแผนการพยาบาล และ ตามแผนการรักษาของแพทย์
3. ผู้ช่วยเหลือผู้ป่วย ช่วยเหลือด้านสุขอนามัยของผู้ป่วยตามที่ได้รับมอบหมายจากทีมพยาบาล
4. พนักงานทำความสะอาด ทำหน้าที่ทำความสะอาดห้องผู้ป่วย และภายในอาคารที่พักรักษาให้สะอาดอยู่เสมอ

#### พนักงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อบริการผู้ป่วย

1. เจ้าหน้าที่บริการอาหารให้บริการอาหารตาม ภาวะโรคของผู้ป่วย
2. เจ้าหน้าที่ประกันสุขภาพและการเงิน ให้คำแนะนำเรื่องสิทธิผู้ป่วยและค่าบริการรักษาพยาบาล
3. พนักงานเปลให้บริการเปลนั่ง เปลนอน ตามสภาพผู้ป่วยตามที่พยาบาลมอบหมายโดยมาจากศูนย์ porter
4. ฝ่ายอื่นๆ เช่น ฝ่ายเภสัชกร ฝ่ายชันสูตร ฝ่ายรังสีวินิจฉัย และงานกายภาพบำบัด เป็นต้น

**สถานการณ์ปรับตัวของโรงพยาบาลภายในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาถึงปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาในอนาคต**

โรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน)มีการปรับตัวเพื่อให้บริการได้ตามความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านต่างๆซึ่งสามารถจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการตามสถานการณ์ปรับตัวของโรงพยาบาลภายในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาถึงปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาในอนาคตได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่โรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน)ได้มีการปรับตัวในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมาและแนวทางการพัฒนาในอนาคตในส่วนการบริการผู้ป่วยในพิเศษ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	สถานการณ์ปรับตัวในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-เพิ่มห้องพิเศษ 40 ห้องรวม เป็น 84 ห้อง</li> <li>- จัดให้มีบริการตรวจรักษาโดยแพทย์เฉพาะทางสาขาต่างๆ</li> <li>-จัดให้มียาและเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ครบถ้วน</li> <li>- มีทางเลือกการรักษาโดยเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย</li> <li>- มีการพัฒนาคุณภาพการรักษาพยาบาลอย่างต่อเนื่อง</li> <li>-จัดบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้ป่วยโดยโภชนากร โดยจัดให้ตรงกับโรคและสภาพผู้ป่วย</li> <li>- จัดบริการเยี่ยมติดตามและตรวจรักษาผู้ป่วยต่อเนื่องที่บ้าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-พัฒนาฝ่ายชั้นสูตรให้ทันสมัยทั้งอาคารสถานที่และเครื่องมือ การชันสูตรและกระบวนการวิเคราะห์ผลและ ระบบเทคโนโลยีการรายงานผลให้ทีมรักษาพยาบาล</li> <li>-ปรับปรุงห้องพิเศษเดิมให้ทันสมัยและมีอุปกรณ์ครบครัน</li> <li>-สร้างอาคารผู้ป่วยเพิ่ม</li> <li>-เพิ่มทีมบริการเยี่ยมติดตามและตรวจรักษาผู้ป่วยต่อเนื่องที่บ้านเพื่อให้บริการได้อย่างทั่วถึง</li> </ul>
ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> <li>-มีราคาแบบเหมาจ่าย เช่นค่าผ่าตัด ค่าเช่าเตียง ค่าคลอด เป็นต้น</li> <li>-มีราคาแบบแยกรายการตามปริมาณการรักษา เช่นค่ายา ค่าผ่าตัด ค่ากายภาพบำบัด</li> <li>-จัดห้องพักผู้ป่วยมีหลายราคาให้เลือก ได้แก่ ห้องพิเศษรวม ห้องเดี่ยวทั่วไปและห้องเดี่ยววีไอพี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ปรับปรุงราคาตามลักษณะห้องและบริการเสริม</li> </ul>
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งอยู่ในเขตชุมชน</li> <li>- การคมนาคมสะดวก</li> <li>- สามารถเดินทางได้ทั้งทางรถและทางเรือส่วนบุคคลและประจำทาง</li> <li>- ขยายพื้นที่จอดรถเพิ่ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-จัดสร้างอาคารที่จอดรถที่ทันสมัยสะดวกปลอดภัย อยู่ภายในบริเวณโรงพยาบาล</li> </ul>

ตารางที่ 1(ต่อ) แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่โรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน)ได้มีการปรับตัวในระยะเวลา2ปีที่ผ่านมาและแนวทางการพัฒนาในอนาคตในส่วนการบริการหอผู้ป่วยในพิเศษ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	สถานการณ์ปรับตัวในระยะเวลา2ปีที่ผ่านมา	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>-จัดพนักงานรักษาความปลอดภัยบริเวณที่จอดรถตลอด 24 ชั่วโมง</li> <li>- มีท่าจอดเรือ และมีระบบ บัตรฝากเรือ โดยมีพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลเรือตลอด 24 ชั่วโมง</li> </ul>	
ด้านการส่งเสริมการบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในโรงพยาบาลและมีบริการอาหารตามสั่งส่งถึงห้องพักผู้ป่วยพิเศษ</li> <li>-มีร้านสะดวกซื้อจำหน่ายอาหารและของใช้จำเป็นสำหรับผู้ป่วยและญาติ</li> <li>และบริการจัดกระเช้าของเยี่ยมผู้ป่วย</li> <li>-จัดหนังสือ ความรู้ด้านสุขภาพและหนังสือธรรมะไว้ในห้องพักผู้ป่วย</li> <li>-โรงพยาบาลมีบริการรถรับส่งผู้ป่วยฉุกเฉินที่บ้านตลอด 24 ชั่วโมง</li> <li>-มีการจัดรายการวิทยุชุมชนโดยมีสถานีวิทยุอยู่ภายในโรงพยาบาล</li> <li>- เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่นออกหน่วยรักษาพยาบาลเคลื่อนที่ จัดให้มีอาสาสมัครจิตอาสาช่วยเหลือสังคมในด้านต่างๆร่วมกับองค์กรต่างๆในชุมชน</li> <li>-มีวารสารสานใจของโรงพยาบาลแจกตามหน่วยงานต่างๆในชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มกิจกรรมการมีส่วนร่วมในสังคมในโอกาสต่างๆ</li> </ul>
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ปรับปรุงภูมิทัศน์ของโรงพยาบาลโดยการจัดสวนภายในบริเวณโรงพยาบาล</li> <li>-ปรับปรุงอาคารสถานที่แผนกต่างๆให้สวยงามทันสมัย</li> <li>-ภายในห้องพักผู้ป่วยพิเศษมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับความต้องการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ปรับปรุงอาคารสถานที่ให้สวยงามทันสมัยทุกหน่วยงาน</li> <li>-ปรับปรุงป้ายอาคารสถานที่ให้สวยงามเพียงพอ</li> <li>-จัดที่นั่งพักผ่อนสำหรับผู้มารับบริการในส่วนต่างๆของโรงพยาบาล</li> </ul>

ตารางที่ 1(ต่อ) แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่โรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน)ได้มีการปรับตัวในระยะเวลา2ปีที่ผ่านมาและแนวทางการพัฒนาในอนาคตในส่วนการบริการผู้ป่วยในพิเศษ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	สถานการณ์ปรับตัวในระยะเวลา2ปีที่ผ่านมา	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<p>ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</p>	<p>-ห้องพักรักษาผู้ป่วยมีการทำความสะอาดอยู่เสมอ จัดให้มีระบบระบายอากาศที่ดี</p> <p>-อาคารสูงมากกว่า 2ชั้นมีลิฟท์ที่ขึ้นลงสะดวก</p> <p>-มีระบบรักษาความปลอดภัยได้แก่มีพนักงานรักษาความปลอดภัย ติดกล้องวงจรปิดในอาคารและมุมต่างๆ ของโรงพยาบาล อาคารสูงมีทางหนีไฟ มีถังดับเพลิงและระบบสัญญาณเตือนไฟ ระบบจับควัน ภายในห้องพักรักษาผู้ป่วยที่มีกุญแจล็อก</p> <p>- ในห้องพักรักษาผู้ป่วยมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆและมีระบบ กดเรียกพยาบาลได้ตลอด 24 ชั่วโมง</p>	<p>-ปรับปรุงป้ายโรงพยาบาล และรั้วโรงพยาบาลให้โดดเด่นสวยงาม</p> <p>-ปรับปรุงป้ายแสดงอาคารและหน่วยงานต่างๆให้สวยงามเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งโรงพยาบาล</p>
<p>ด้านบุคลากรที่ให้บริการ</p>	<p>-เพิ่มแพทย์เฉพาะทางสาขาต่างๆได้แก่ แพทย์อายุรกรรมทรวงอก โรคหัวใจและหลอดเลือด จักษุแพทย์ ทันตแพทย์ สูติ นรีแพทย์ กุมารแพทย์ แพทย์เฉพาะทาง โรคระบบทางเดินปัสสาวะ แพทย์เชี่ยวชาญด้านมะเร็ง และแพทย์ด้าน ศัลยกรรมตกแต่ง</p> <p>-เพิ่มบุคลากรทางการพยาบาล</p> <p>-อบรมพัฒนาบุคลากรด้านพฤติกรรมบริการต่อเนื่อง</p> <p>-ให้ทุนการศึกษาแก่แพทย์ พยาบาลและบุคลากรด้านอื่นๆ ในการศึกษาต่อเนื่อง ในหลักสูตรเฉพาะทางสาขาต่างๆ</p>	<p>- การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง</p> <p>- จัดระบบการควบคุมคุณภาพต่อเนื่อง</p> <p>- ส่งเสริมงานในการศึกษาค้นคว้านวัตกรรมต่างๆอย่างต่อเนื่อง</p>

ตารางที่ 1(ต่อ) แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่โรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน)ได้มีการปรับตัวในระยะเวลา2ปีที่ผ่านมาและแนวทางการพัฒนาในอนาคตในส่วนการบริการหอผู้ป่วยในพิเศษ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	สถานการณ์ปรับตัวในระยะเวลา2ปีที่ผ่านมา	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	<p>เพื่อรองรับศูนย์การแพทย์ต่างๆที่จะเปิดบริการเพิ่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนในการศึกษาหลักสูตรต่างๆในสาขาที่ขาดแคลนในระดับอุดมศึกษาเพื่อรองรับการขยายตัวของโรงพยาบาลในอนาคตและป้องกันปัญหาการขาดแคลนอัตรากำลัง</li> <li>-ส่งเสริมให้มีการคิดค้นนวัตกรรมต่างๆเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการ</li> </ul>	
ด้านกระบวนการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-กำหนดยุทธศาสตร์มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ</li> <li>- จัดให้มีคู่มือการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน</li> <li>- มีนโยบายบริหารความเสี่ยงที่มุ่งป้องกันความเสี่ยงด้านเทคนิคบริการและด้านพฤติกรรมบริการอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- จัดให้มีการประเมินคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องโดยทีมงานในโรงพยาบาลและรับการประเมินคุณภาพจากองค์กรภายนอก</li> <li>- จัดให้มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการให้บริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีแผนพัฒนาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- มีการทบทวนระบบควบคุมภายในและทบทวนกระบวนการป้องกันความเสี่ยงในทุกกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>

## ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการบริการผู้ป่วยในของโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพ และปริมณฑลผู้ศึกษาพบว่าโรงพยาบาลต่างๆมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ โรงพยาบาลต่างๆให้บริการโดยแพทย์เฉพาะทางที่มีความชำนาญในสาขาต่างๆ และจัดบริการในแบบศูนย์การแพทย์เฉพาะทางมีเครื่องมือและเทคโนโลยีทางการแพทย์และด้านอื่นๆที่ทันสมัย หอผู้ป่วยในพิเศษมีทีมแพทย์พยาบาลให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง
2. ด้านราคา โรงพยาบาลต่างๆมีการกำหนดราคาห้องพิเศษหลายราคาให้เลือกตามประเภทของห้องพัก และมีการกำหนดราคาค่าห้องและค่าบริการอื่นๆเช่นค่าอาหารต่อวัน ค่าบริการพยาบาลต่อวันชัดเจน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โรงพยาบาลต่างๆตั้งอยู่ในเขตชุมชน การคมนาคมสะดวกมีรถโดยสารประจำทางสายต่างๆผ่าน มีที่จอดรถสะดวก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด โรงพยาบาลต่างๆ จัดให้มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เช่น ให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชนในรูปแบบต่างๆเช่นมีวารสารแจก จัดประชุมวิชาการให้ความรู้ผ่านเว็บไซต์ของโรงพยาบาล เป็นต้น บางแห่งมีการให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนในโรงเรียนต่างๆ มีช่องทางให้สอบถามข้อมูลด้านสุขภาพและข้อมูลต่างๆของโรงพยาบาล มีการอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการในรูปแบบต่างๆเช่นมีร้านสะดวกซื้อในโรงพยาบาล มีห้องอาหาร สระว่ายน้ำ สถานที่ออกกำลังกาย มีระบบสมาชิกโรงพยาบาลและมีส่วนลดให้กับสมาชิกของโรงพยาบาล
5. ด้านบุคลากร โรงพยาบาลต่างๆจัดให้มีแพทย์เฉพาะทางสาขาต่างๆ มีพยาบาลบริการผู้ป่วยตลอด 24 ชั่วโมง จัดเครื่องแบบมาตรฐานเพื่อให้บุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรอื่นในโรงพยาบาลมีบุคลิกภาพที่ดีมีความน่าเชื่อถือ
6. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โรงพยาบาลต่างๆมีการจัดสถานที่ที่เน้นความสวยงามทันสมัย สะอาด สะดวก มีป้ายบอกสถานที่ต่างๆชัดเจน ห้องพิเศษมีอุปกรณ์ครบครัน มีห้องหลายขนาดให้เลือกภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่เตียงปรับระดับด้วยระบบไฟฟ้า ปุ่มกดเรียกพยาบาลระบบอัตโนมัติ ตู้เย็น ตู้เก็บของ ตู้เสื้อผ้า โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ ของใช้ประจำห้องน้ำ ชุบน้ำแข็ง
7. ด้านกระบวนการให้บริการ โรงพยาบาลต่างๆมีกระบวนการให้บริการตามมาตรฐานวิชาชีพ และมุ่งเน้นการบริการอย่างมีคุณภาพ



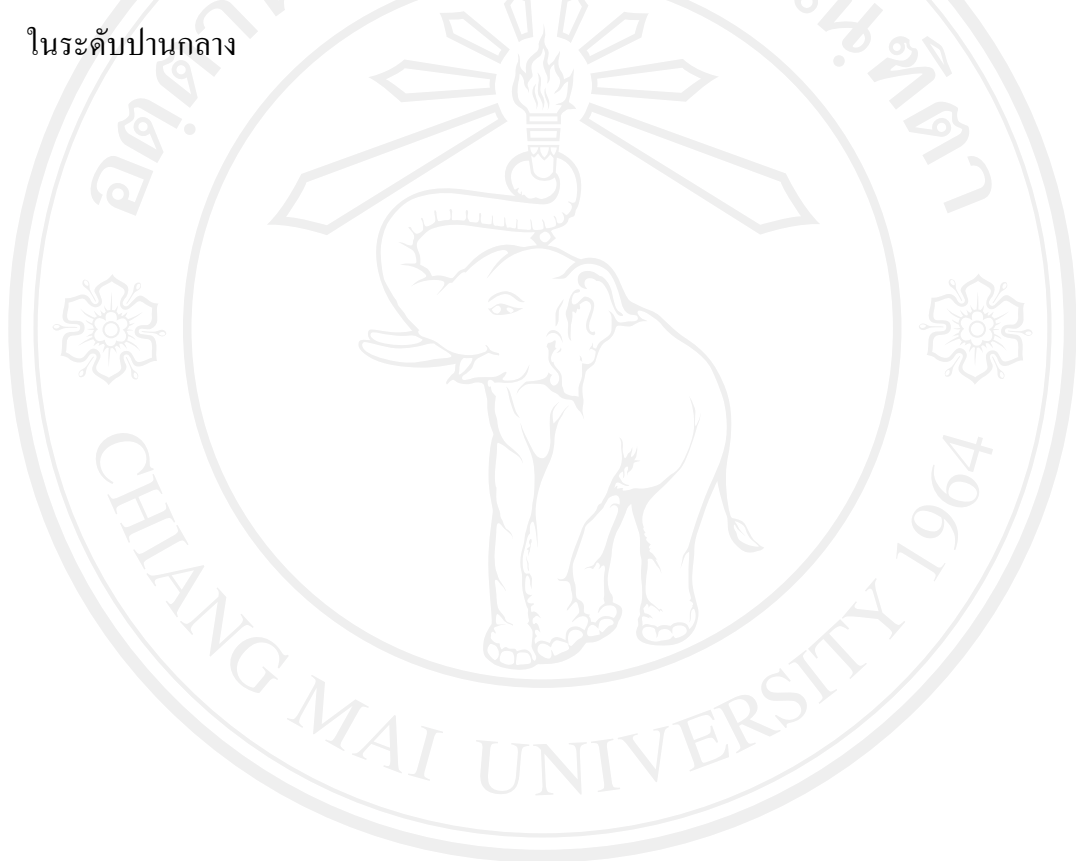
## 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**ภาราดา บุญยุศาศาสตร์พันธุ์ (2546)** ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้เคยรับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลมหาชัย จำนวน 398 ตัวอย่าง พบว่า ผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของบริการ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านคุณภาพหรือประโยชน์ของบริการ และด้านขั้นตอนหรือวิธีให้บริการ

**เสาวลักษณ์ เกรืออารีย์ (2549)** ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณชายหาดชะอำจังหวัดเพชรบุรี โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 ราย พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณชายหาดชะอำจังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากคือปัจจัยบุคคล ปัจจัยราคา ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยกระบวนการ และปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยผลิตภัณฑ์และปัจจัยส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

**กัลยา เดชาวุฒิ (2548)** ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของผู้ป่วยประกันสังคมต่อบริการสุขภาพแผนกผู้ป่วยใน โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างผู้ป่วยประกันสังคมที่มารับการรักษาในหอผู้ป่วยจำนวน 23 คน โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านบริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรักษาและด้านค่าใช้จ่ายผลการศึกษาพบว่าผู้ป่วยทุกกลุ่มต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านการดูแลรักษาผู้ป่วยให้หายจากโรค เอาใจใส่ดูแล มีความเป็นกันเอง ด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวกความคาดหวังให้จัดสถานที่เป็นเหมือนบ้านสะอาดสงบและมีสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านค่าใช้จ่ายที่ถูกหักสมทบจากเงินเดือนเหมาะสมแล้วกับการรักษาพยาบาล ด้านการรักษาผู้ป่วย ต้องการให้แพทย์รักษาตรงตามสาเหตุของความเจ็บป่วยและสามารถรักษาได้ทันทั่วทั้งที่

สมโภช แซ่ลี่ (2551) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ป่วยนอกคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่รามจำนวน 366 ราย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือปัจจัยด้านบุคลากร (แพทย์) พยาบาลและเจ้าหน้าที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา สำหรับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved