

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มารับบริการ ณ ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาครั้งนี้ พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2 แนวคิดด้านการให้บริการ

2.3 ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรายละเอียดของศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้พิจารณาตัวแปรต่างๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ประกอบการ ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ตามแนวคิดความพึงพอใจ สามารถนำมาใช้อธิบายความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ได้ว่าถ้าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจมาก แสดงว่าศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จมีประสิทธิภาพในการให้บริการสูง ในทางตรงกันข้ามหากผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่ำ ย่อมแสดงว่าการให้บริการเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ

ความพึงพอใจ จากพจนานุกรมของ คอลลินส์ คอมบิลด์ (Collins Combuild Dictionary, อ้างใน ดวงธิดา ปันตา, 2548 : 13) ได้ให้ความหมายคำว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความชื่นชมยินดีที่รู้สึกเมื่อได้ทำหรือได้รับบางอย่างที่ต้องการจะทำหรือต้องการได้มา รวมทั้งการ

ได้รับเงิน สิ่งของ สิ่งมีค่า หรือคำขอโทษจากผู้อื่น นอกจากนี้ยังมีผู้ศึกษาและให้ความหมายไว้ ดังนี้

คอตเลอร์ ฟิลิป (Kotler Philip, 2000 : 38-47) กล่าวว่าความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้าซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า (product's received performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (person's expectation) ซึ่งหากจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขาย (postpurchase satisfaction) ของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่ต่อสินค้าหรือบริการนั้น จะพบว่าถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้น (product performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ก็ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับผลที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (satisfaction) และถ้าได้ผลที่ได้จากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (delighted customer) ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมาจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดี และไม่ดีของสินค้าหรือบริการนั้นต่อบุคคลอื่นต่อไป

แมนเกลส์ดอร์ฟ (Mangelsdorff, 1979 : 86) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการที่ได้รับการดูแลเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยด้านต่างๆ จนกระทั่งคลายความเครียดลงหรือหมดไป ซึ่งถือว่าเป็นตัวชี้วัดที่ค่อนข้างหนึ่งสำหรับใช้วัดคุณภาพของการให้บริการ

ทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow, 1970 : 24-25) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ตามทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation theory) ว่ามนุษย์ทุกคนล้วนมีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมาย โดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูง ถ้าความต้องการในขั้นต่ำได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน โดยลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำถึงระดับสูง 5 ขั้น ได้แก่ ความต้องการทางด้านร่างกาย, ความต้องการความปลอดภัย, ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ, ความต้องการยอมรับจากกลุ่ม และความต้องการที่จะทำความเข้าใจตนเอง

ดังนั้นลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ จะมีผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการประเมินผลงานขององค์กร ที่มีผลกระทบต่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคคล

โวลล์แมน (Wolman, 1973 : 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าความพึงพอใจคือความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday & Andersen อ้างใน พงษ์ ปิติชัยชาญ, 2545 : 7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าเป็นความรู้สึก หรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคน

ที่เกิดจากประสบการณ์ ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์นั้น เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ แตกต่างกัน

Robert & Kassarian (อ้างใน พรทิพย์ เดชนิรัตน์, 2544 : 7) ได้ให้ความหมาย ของความพึงพอใจว่า ผู้บริโภคจะสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการและจะเกิด ความพึงพอใจถ้าบริการนั้นเป็นไปตามหรือเกินความคาดหวัง และจะเกิดความไม่พอใจถ้าบริการ นั้นไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

ดังนั้น ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตาม ความคาดหวัง (confirmation) หรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (disconfirmation) ของ ผู้บริโภค กล่าวคือความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อการบริการเป็นผลโดยตรง ของการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่เคยมีมาก่อนกับผลที่ได้รับ หากการบริการที่ได้รับ เป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจ และประเมินว่าการบริการ นั้นมีคุณภาพสูง

โดยสรุป จะเห็นได้ว่าความหมายของความพึงพอใจนั้น เป็นความรู้สึกที่เกิดจากความ สมดุลหรือความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริง หรือจากความสมดุล หรือ ความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริง หรือจากการที่ความต้องการได้รับการ ตอบสนอง หรือจากประสบการณ์ที่เข้าไปใช้บริการและประสบการณ์นั้น

2.2 แนวคิดด้านการให้บริการ

มิลเลท (Millet, 1954 : 397-400) กล่าวว่าความสำคัญของการบริการ คือการสร้าง ความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักหรือแนวทางที่สำคัญ ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม (Equiable Service) หมายถึง ความ ยุติธรรมในการบริการงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า ประชาชนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน ดังนั้นทุก คนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเสมอภาคและเป็นธรรมในแง่มุมมองของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกคิดกัน ในการให้บริการ ดังนั้นประชาชนในฐานะปัจเจกบุคคลจะได้รับการปฏิบัติที่มาตรฐานเดียวกัน

2. การให้บริการเป็นไปตามเงื่อนไขและระเบียบวิธีปฏิบัติ (Time Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องมีกำหนดการดำเนินกิจกรรมแต่ละอย่าง ให้เป็นไปตามขั้นตอน ผลการปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพถ้าไม่มี ขั้นตอนและเงื่อนไขกำหนดให้ชัด

3. การให้บริการเพียงพอและทั่วถึง (Ample Service) หมายถึง การให้บริการ

สาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและเขตพื้นที่ให้บริการอย่างเหมาะสมและทั่วถึง (The right quantity at the geographical location) มิลเลท เห็นว่า ความเสมอภาคและเป็นธรรมหรือการมีเงื่อนไขเวลาและระเบียบปฏิบัติจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอและสร้างความไม่ประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์และความคุ้มค่าของผู้รับบริการเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะหยุดบริการเมื่อไรก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive Service) หมายถึง การบริการที่มีการพัฒนาบริการ มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความก้าวหน้า กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ให้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

6. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบด้วย

6.1 ผู้ใช้บริการเข้าใช้ หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่มากและไม่ซับซ้อนจนเกินไป

6.2 ผู้ใช้บริการใช้เวลาคายน้อย

6.3 เวลาให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ

6.4 อยู่ในสถานที่ที่ผู้บริการติดต่อสะดวก

Parasuraman Zeithml and Berry (อ้างใน บุญเลิศ บุญญปกรณ์, 2546 : 16) ได้ให้แนวคิดด้านการบริการของ Parasuraman Zeithml and Berry ซึ่งเป็นคณะนักวิชาการทางการตลาดที่ได้คิดค้นและกำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ ได้เน้นความต้องการที่สำคัญโดยเน้นการส่งมอบคุณภาพการให้บริการที่คาดหวังคือ

บริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ และประโยชน์จากการบริการที่เขาได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1. สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้แก่ผู้มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องใหญ่โตโอ่อ่าออกแบบให้คล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งให้เพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมถึงอาจจะมีการให้เสียงเพลงประกอบ เป็นต้น

2. บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตาดีมียิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

3. เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพในการใช้บริการที่รวดเร็วและให้ลูกค้าพอใจ

4. วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ ต้องสอดคล้องกับลักษณะบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

5. สัญลักษณ์ (Symbol) คือชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอ

6. ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนก

Aday and Andersen (อ้างในพจนีย์ ปิติชัยชาญ, 2545) ได้ชี้ถึงพื้นฐาน 3 ประการเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการกับการรักษาพยาบาล และความรู้และความรู้สึที่ผู้รับบริการได้รับจากการบริการ เป็นสิ่งที่จะช่วยประเมินว่าได้เข้าถึงประชาชน ความพึงพอใจ 6 ประการ คือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการแยกออกเป็น

1.1 การใช้เวลา รอคอยในสถานบริการ

1.2 การได้รับความดูแล เมื่อมีความต้องการ

1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ (Co - ordination) แยกออกเป็น

2.1 ผู้รับบริการได้รับการบริการทุกประเภทตามความต้องการ

2.2 ผู้ให้บริการให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้รับบริการ (Holistic) ทั้งร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ

2.3 มีการติดตามผลการรักษา

3. ความพึงพอใจต่ออธยาศัย ความสนใจของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่การแสดงอธยาศัยที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการและแสดงความพึงพอใจห่วงใยต่อผู้รับบริการ

4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Medical in Form a lion) แยกเป็นข้อมูลเกี่ยวกับอาการของโรค และเมื่อรับการรักษา

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (Quality of Care) ได้แก่ คุณภาพการดูแล
ทั้งหมดที่ผู้รับบริการได้รับ

6. ความพึงพอใจต่อการใช้จ่าย (Out of packet Cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่างๆที่
ผู้รับบริการต้องจ่ายให้กับการบริการ

ดังนั้น แนวคิดด้านการให้บริการ หมายถึง งานที่ทำให้ผู้อื่นได้รับความพึงพอใจ
สะดวกสบาย งานบริการที่ดีคือการทำให้อุณหภูมิ (Customer's satisfaction) ซึ่งลูกค้าทุก
คนมีความต้องการและความคาดหวังต่างกัน การให้บริการที่ตอบสนองทำให้อุณหภูมิทั้งความ
ต้องการและความคาดหวังจึงจะเป็นงานบริการที่มีคุณภาพ

2.3 ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงาน

สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จปัจจุบัน ชื่อเดิมก็คือกลุ่มงานกำกับดูแลก่อนออก
สู่ตลาด (Pre - marketing control) ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ โดยให้คำปรึกษาด้านการขออนุญาตแก่ผู้ประกอบการตั้งแต่
การให้คำแนะนำ จนถึงได้รับใบอนุญาตในการประกอบการ ซึ่งศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพ
เบ็ดเสร็จนี้ ได้ตั้งอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2549

โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้จัดตั้งศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพ
เบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาติดต่อขออนุญาต
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ พร้อมทั้งได้ขยายขอบข่ายการดำเนินการพัฒนาระบบการบริการ
ให้บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพไปสู่ภูมิภาคด้วยการจัดตั้งศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จใน
ส่วนภูมิภาค 75 จังหวัดทั่วประเทศ เพื่อความเป็นเอกภาพด้านมาตรฐานการปฏิบัติงานในการ
ให้บริการอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ

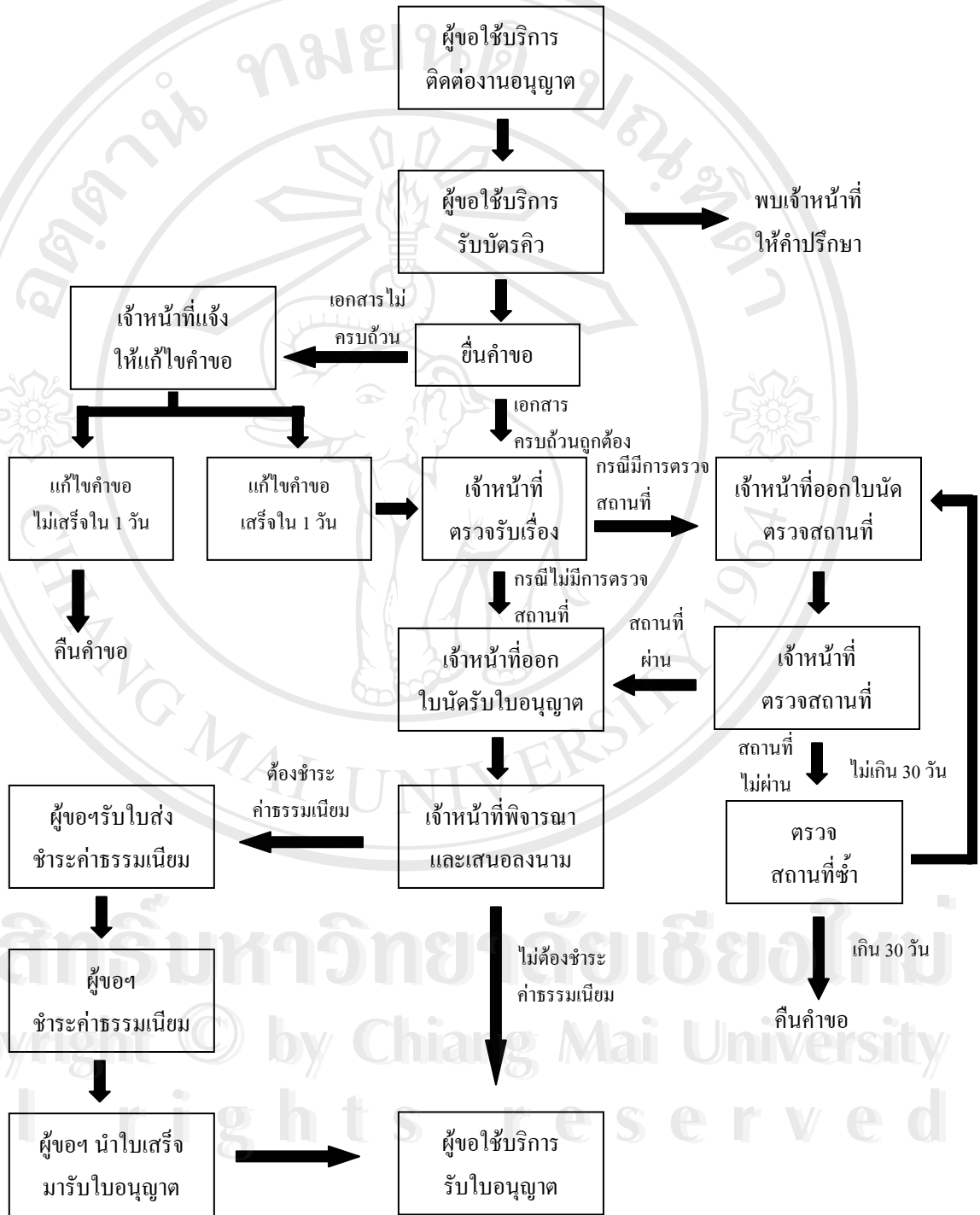
ดังนั้น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ จึงได้จัดตั้งศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพ
เบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center) เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้มาติดต่อขออนุญาต
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยสามารถติดต่อ ณ ที่เดียว ทั้งนี้ทางกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการพัฒนาการทำงานเพื่อให้การบริการที่รวดเร็ว โดย
การลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงาน

ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ ให้บริการอนุญาตผลิตภัณฑ์สุขภาพ ได้แก่
อาหาร ยา เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตราย วัตถุออกฤทธิ์ และยาเสพติดให้โทษ นอกจากนี้ได้
ให้บริการอนุญาตด้านสถานพยาบาล และให้คำปรึกษาการขออนุญาตด้านเครื่องสำอาง

ขั้นตอนการยื่นขอใบอนุญาต

1. ผู้มาติดต่อรับบัตรคิวที่ด้านหน้าเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ และรอเรียกให้ไปยื่นเรื่อง
ที่จุดบริการซึ่งมีตัวเลขกำกับไว้
2. เจ้าหน้าที่ที่จุดบริการตรวจ และรับเรื่อง
3. เจ้าหน้าที่ออกใบนัดตรวจสอบสถานที่ หรือใบนัดให้มารับใบอนุญาตซึ่งระยะเวลาขึ้นอยู่กับข้อกำหนดแต่ละเรื่อง
4. เมื่อถึงกำหนดนัดตรวจสอบสถานที่ เจ้าหน้าที่จะไปพบที่สถานที่ประกอบการหรือผู้ติดต่อ
นำใบนัดรับใบอนุญาตมาพบเจ้าหน้าที่ที่จุดบริการเพื่อรับใบอนุญาต
5. กรณีต้องชำระค่าธรรมเนียม เจ้าหน้าที่ออกใบสั่งชำระค่าธรรมเนียมให้ผู้มาติดต่อ
นำไปชำระค่าธรรมเนียมที่ฝ่ายการเงิน ภายในศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ

ขั้นตอนการให้บริการศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center)



ที่มา : กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันมีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ที่ไปติดต่อหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มงานพัฒนาระบบบริหาร สำนักคณะกรรมการอาหารและยา และคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (มปป.) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เคยไปติดต่องานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข จากสำนักงานสาธารณสุขทั่วประเทศ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในภาพรวมโดยเฉลี่ยร้อยละ 73 โดยมี 28 จังหวัดที่มีความพึงพอใจมากกว่าร้อยละ 70 ซึ่งความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ตามลำดับ

เพชร จอมงาม (2543) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการรับบริการแผนกผู้ป่วยนอกของผู้รับบริการ โรงพยาบาลลานนา เชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้านได้แก่ ด้านพฤติกรรมบริการเชิงวิชาชีพของผู้ให้บริการ ด้านลักษณะบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ และด้านสัมพันธภาพในการให้ความรู้ของผู้ให้บริการ สำหรับด้านคุณภาพของการบริการตามที่คาดหวังในแต่ละจุดบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ และด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ผู้รับบริการได้เสนอแนะว่าควรมีการเพิ่มอัตรากำลังของเจ้าหน้าที่พยาบาล เพื่อจะได้มีเวลาในการให้ข้อมูลให้แก่ผู้รับบริการเพื่อจะได้มีกำลังใจและความประทับใจในการให้บริการ

พรสุรีย์ ชุมเกษียร (2544) ได้ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการปฏิบัติงานพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 : กรณีศึกษาสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันกำแพง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย จากผู้ไปติดต่อขอข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสันกำแพง ใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสนองตอบของสำนักงานที่ดินอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยปานกลางค่อนข้างไปทางต่ำ และพบว่ามีปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของสำนักงานที่ดินในการให้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านความรู้ในการประกาศใช้กฎหมาย และปัจจัยในเรื่องข้อบกพร่องในการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

สุรัชย์ รัชตประทาน (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสารภี ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มารับบริการ และทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจากสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ สาขาสารภี ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านสถานที่และบริเวณโดยรอบ ขั้นตอนในการรับบริการ ระยะเวลาในการรับบริการ กฎระเบียบที่ใช้ และในการชำระค่าธรรมเนียม ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการบริการของสำนักงานที่ดินทั้งในด้านการปฏิบัติงาน การปฏิบัติตน การพูดจา/มารยาท และการให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ ความสะดวกในการติดต่อ ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ ตลอดจนการให้บริการตามลำดับก่อนหลังและความรวดเร็วในการให้บริการ ความตั้งใจในการทำงาน และความสามารถในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ส่วนด้านอัตราค่าจ้างของเจ้าหน้าที่และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ประชาชน พบว่ามีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ปัญหาอุปสรรคที่ได้พบได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับผู้มาขอรับบริการ กฎ ระเบียบ และขั้นตอนการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ขาดแคลนและล้าสมัย ทางเจ้าหน้าที่ของสำนักงานที่ดิน ได้เพิ่มเสนอแนะให้เพิ่มอัตราค่าจ้างเจ้าหน้าที่ การอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ และคำสั่งต่างๆ รวมทั้งเทคนิคการดำเนินการบริการประชาชน การจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยให้เพียงพอต่อการทำงาน ตลอดจนการลดขั้นตอนในการให้บริการแก่ประชาชนเพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ

ดวงธิดา ปันตา (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านอาหารต่องานควบคุมผลิตภัณฑ์อาหารก่อนออกสู่ตลาด ของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับใบอนุญาตด้านอาหาร ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่องานควบคุมผลิตภัณฑ์อาหารก่อนออกสู่ตลาด ในภาพรวมร้อยละ 75.80 และมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ คือ ด้านการพิจารณาผลากและด้านการส่งมอบใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมใบอนุญาตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับความพึงพอใจรายด้านที่เกินร้อยละ 75 ได้แก่ ด้านความสะดวกด้านสถานที่ ด้านอรรถาศัยและความสนใจของเจ้าหน้าที่ ด้านการให้คำปรึกษาอนุญาต ด้านการติดต่อด้านเอกสาร ด้านการพิจารณาผลาก และด้านการตรวจสอบประกอบการ ร้อยละ 76.10 78.26 79.43 77.31 78.24 และ 81.28 ตามลำดับ ส่วนด้านการส่งมอบใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมมีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ร้อยละ 74.09

ขวัญชนก เตจ๊ะฟอง (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับคำปรึกษาและผู้ให้คำปรึกษาที่มีต่อการให้คำปรึกษาผู้ป่วยยาบ้าและครอบครัว ณ ศูนย์บำบัดรักษายาเสพติดจังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถามและการสนทนากลุ่มในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้รับคำปรึกษา คือผู้ป่วยยาบ้า จำนวน 20 ราย ครอบครัว จำนวน 20 ราย และผู้ให้คำปรึกษา ประกอบด้วยพยาบาลวิชาชีพ พยาบาลเทคนิค นักจิตวิทยา และนักสังคมสงเคราะห์จำนวน 25 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับคำปรึกษามีความพึงพอใจในการรับคำปรึกษาในด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้คำปรึกษา ด้านกระบวนการรับคำปรึกษา ด้านสถานที่และด้านสื่ออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้คำปรึกษา ดังนั้นความพึงพอใจในภาพรวมจึงอยู่สูง ส่วนผู้ให้คำปรึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง และมีความพึงพอใจรายด้าน ได้แก่ ด้านองค์ความรู้ ด้านทักษะด้านจริยธรรม ด้านความสำเร็จในงาน ด้านนโยบายของหน่วยงานอยู่ในระดับสูง ส่วนด้านการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ด้านสถานที่ ด้านสื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้คำปรึกษา อยู่ในระดับปานกลาง

ปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ มีเจ้าหน้าที่ที่ให้คำปรึกษาน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ป่วยสถานที่ไม่เหมาะสม สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ไม่หลากหลายและไม่เพียงพอ แนวทางแก้ไขคือจัดอบรมเจ้าหน้าที่และฟื้นฟูความรู้อย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุง พัฒนาสถานที่ และสื่ออุปกรณ์ให้เหมาะสมและเพียงพอ

สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน (2546) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ที่ไปติดต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ไปติดต่อมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับพอใจ คือกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความเอาใจใส่ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับพอใจ โดยความซื่อสัตย์สุจริตมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงที่สุด ด้านความสะดวกในการติดต่ออยู่ในระดับพอใจ โดยความสะอาดของสถานที่ที่ไปติดต่อมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงที่สุด และด้านความถูกต้องและรวดเร็วอยู่ในระดับเฉยๆ โดยความชัดเจนในการให้ข้อมูล และการตอบปัญหา มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสูงที่สุด

นวลฉวี คุ้มเรือง (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสานทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิถ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านราคา และลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านสถานที่ ตามลำดับ โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในอันดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และ

ด้านสถานที่ คือการมีชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดี ด้านราคาที่ดินและบ้านเหมาะสมคุ้มค่าเงิน ด้านพนักงานมีความสุขภาพ มารยาทดี และด้านทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ตามลำดับ

ลลิตา กระจ่างโพธิ์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจในบริการสุขภาพของผู้ใช้บริการในโครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้า 30 บาทรักษาทุกโรคของโรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ใช้บริการที่มีบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า 30 บาทรักษาทุกโรคและมาใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการสุขภาพโดยรวม และรายด้านทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านการประสานงาน ด้านอรรถาสัยความสนใจ ด้านข้อมูลที่ได้รับ ด้านคุณภาพบริการ

ณัฐวดี พิริยะจิระอนันต์ (2544) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลนครเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นผู้ใช้บริการของเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจมากในเรื่องการติดต่อสื่อสารและสถานที่ สำหรับด้านพนักงาน ด้านบริการ ด้านอุปกรณ์ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และด้านค่าธรรมเนียม มีระดับความพึงพอใจน้อยตามลำดับ สำหรับปัญหาพบว่าผู้ใช้บริการพบปัญหามากในด้านค่าธรรมเนียม ด้านบริการ ด้านพนักงาน ด้านอุปกรณ์ ตามลำดับ

4.5 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ประกอบการที่มารับบริการและได้รับใบอนุญาต และเจ้าหน้าที่ ณ ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพ เบ็ดเสร็จ กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้พิจารณาตัวแปรต่างๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ดังนี้

