

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในหัวข้อเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการบริการของห้องผ่าตัด โรงพยาบาลเชียงใหม่รวม จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ประกอบการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)
2. แนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการพยาบาลและการบริหารความเสี่ยงในห้องผ่าตัด

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

Philip Kotler อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้าถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังของลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ เช่น จากเพื่อน จากนักการตลาดและจากข้อมูลคู่แข่ง เป็นต้น ถ้านักการตลาดนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกินความเป็นจริงจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความหวังในผลิตภัณฑ์นั้นสูงเกินจริงและเมื่อผู้บริโภคพบว่าการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไม่พึงพอใจดังนั้นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จก็คือการเสนอผลิตภัณฑ์ตามผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อโดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า (Total Customer Satisfaction)

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด 4 Ps เช่นเดียวกับสินค้าซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นยังมีส่วนประกอบที่เพิ่มมาอีก 3 ส่วนคือ บุคคล (People) การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction)

แนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ

แนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการของ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล หมายถึง แนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler ซึ่งกล่าวว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นโดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Augmented Product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต
2. ราคา (Price) คือต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าและบริการรวมถึงเวลาความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของผลิตภัณฑ์
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่างๆและทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้เมื่อเทคโนโลยีเจริญขึ้นการส่งสินค้าและบริการก็ง่ายขึ้นสำหรับทั้งผู้ผลิตและสำหรับลูกค้า
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย
5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) เป็นการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจ (Motivation) พนักงานเพื่อทำให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันเมื่อคู่แข่งกันเป็นอย่างมาก
6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม
7. กระบวนการ (Process) เป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่างและส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)

แนวคิดเกี่ยวกับการพยาบาลและการบริหารความเสี่ยงในห้องผ่าตัด

เรณู อาจสาถิและอรพรรณ โตสิงห์ (2546) ได้อธิบายแนวคิดการพยาบาลและการบริหารความเสี่ยงในห้องผ่าตัดประกอบด้วย 3 ระยะดังนี้

1. แนวคิดการพยาบาลผู้ป่วยในระยะก่อนผ่าตัด (Preoperative Nursing)

กระบวนการพยาบาลในระยะก่อนผ่าตัดประกอบด้วยการประเมินปัญหาและความต้องการของผู้ป่วย (Assessment) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ สภาพร่างกายและจิตใจของผู้ป่วยในระยะก่อนผ่าตัด ตลอดจนผลการตรวจทางห้องปฏิบัติการเพื่อนำมากำหนดการวินิจฉัยทางการพยาบาล (Nursing Diagnosis) วางแผนการพยาบาลในระยะผ่าตัด (Intraoperative Planning) นำแผนการพยาบาลไปปฏิบัติ (Implementation) และมีการประเมินผลการพยาบาล (Evaluation) เพื่อนำไปปรับปรุงแผนการพยาบาลให้มีคุณภาพดีขึ้น

2. แนวคิดการพยาบาลผู้ป่วยในระยะระหว่างผ่าตัด (Intraoperative Nursing)

กระบวนการพยาบาลในระยะผ่าตัดประกอบด้วยการพยาบาลทางด้านร่างกาย จิตอารมณ์ และสังคมของผู้รับการผ่าตัดโดยต้องค้นหาปัจจัยเสี่ยง การป้องกันและลดปัจจัยเสี่ยงต่างๆรวมถึงลดความวิตกกังวลของญาติขณะที่ผู้ป่วยรับบริการการผ่าตัด

3. แนวคิดการพยาบาลผู้ป่วยในระยะหลังผ่าตัด (Postoperative Nursing)

กระบวนการพยาบาลในระยะหลังผ่าตัดประกอบด้วยการดูแลผู้ป่วยอย่างใกล้ชิดพร้อมทั้งประเมินสภาพผู้ป่วยอย่างรวดเร็วเพื่อให้ทราบอาการต่างๆอย่างทันท่วงทีอีกทั้งต้องมีการวางแผนการพยาบาลในเรื่องการให้ความรู้และการแนะนำหลังผ่าตัดในระยะผู้ป่วยพักฟื้นหลังผ่าตัดเมื่อออกจากโรงพยาบาล

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เริงพล ต้นสุชาติ (2545) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้เข้ารับบริการรักษาในโรงพยาบาล โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า 30 บาทรักษาทุกโรคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกหรือความพึงพอใจพบว่าผู้เข้ารับบริการมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านการบริการของเจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลและด้านบริการการรักษาจากแพทย์ ผู้เข้ารับบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการสำหรับผู้ป่วยในตามลำดับ

ภาราดา บุญยศาสตร์พันธุ์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของบริการดังนี้ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านคุณภาพหรือประโยชน์ของบริการทางกายภาพ ด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อานันท์ ฤงจินดา (2546) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของคลินิกรักษาผู้มีบุตรยาก:กรณีศึกษาคลินิกกกุลพัฒนการแพทย์ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000-40,000 บาท โดยมีระยะเวลาของการมีบุตรยากหรือระยะที่มีปัญหาผู้มีบุตรยากมานานมากกว่า 5 ปีขึ้นไปสื่อที่ทำให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกกกุลพัฒนการแพทย์มากที่สุดคือเพื่อนหรือญาติแนะนำจำนวนรอบที่เข้ารับการรักษากภาวะมีบุตรยากที่คลินิกกกุลพัฒนการแพทย์คือสองรอบมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การรักษากภาวะมีบุตรยากจากสถานพยาบาลอื่นมาก่อนและผลการรักษากภาวะมีบุตรยากครั้งล่าสุดส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งครรภ์แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจว่าจะเลือกกลับมาใช้บริการใหม่และจะแนะนำต่อไปให้กับผู้อื่นที่ต้องการรักษากภาวะมีบุตรยาก

ด้านความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้คือด้านกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคามีความพอใจในระดับปานกลาง