

# ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ

## อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### Clients Satisfaction in Using Fort Wachirawut Hospital,

### Mueang, Nakhon Si Thammarat

ณัฐสุดา วิวัฒน์พิทยาวุฒิ

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (4) เพื่อเป็นแนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ ให้มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ใช้บริการ โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย การสุ่มด้วยวิธีแบบแบ่งพวก เลือกผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ที่เดินทางมาแผนกผู้ป่วยนอก เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-Test และ F-Test

ผลการวิจัยพบว่า (1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการรู้จักและเข้าใจอายุส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รายได้ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อลูกค้า สถานภาพส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (2) พฤติกรรม ได้แก่ เหตุผลในการมาโรงพยาบาลส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และฐานะในการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน (3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

**คำสำคัญ** ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ ส่วนประสมการตลาด พฤติกรรม

## **ABSTRACT**

Research Clients Satisfaction in Using Fort Wachirawut Hospital, Mueang, Nakhon Si Thammarat. There are purposes: (1)To study demographic characteristics that affect the satisfaction of users of Fort Wachirawut Hospital, Mueang, Nakhon Si Thammarat. (2)To study the behavior that affects the satisfaction of users of Fort Wachirawut Hospital, Mueang, Nakhon Si Thammarat. (3)To study the marketing mix factors affecting the satisfaction of users of Fort Wachirawut Hospital, Mueang, Nakhon Si Thammarat. (4)To be a guideline for applying research results to improve service quality. To be more efficient and able to meet the satisfaction of users. Collecting data from the people of the province who used the service by randomly sampling 400 samples. Select those who use the service over the age of 15 years and is a person traveling at the outpatient department. The tool used in the study is a questionnaire. The statistics used for preliminary data analysis are descriptive statistics such as frequency, percentage, standard deviation and average statistical inference, including T-Test and F-Test

The hypothesis test found that (1) Demographic characteristics : Genders affect the satisfaction of empathy. Age affect the satisfaction of tangibles. Revenue affect the satisfaction of reliability and responsiveness. Educations affect the satisfaction of responsiveness. Status affect the satisfaction of tangibles, responsiveness and assurance. (2) Behavior: Reasons for coming to the hospital affect satisfaction of tangibles, reliability, responsiveness and assurance. And the status of the service affects the satisfaction of tangibles and empathy. (3) Marketing mix factors: Product, Price, Place, Promotion, People, Physical and Process affect the satisfaction of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

**Key Word:** Satisfaction, Service quality, Marketing mix, Behavior

## **บทนำ**

ในปัจจุบันคนไทยกำลังเผชิญกับปัญหาสุขภาพอย่างมากทั้งที่เกิดจากพฤติกรรม การดำเนินชีวิต การบริโภคอาหาร และสภาพแวดล้อม ส่งผลให้ในปี 2560 พบว่าคนไทยมีอัตราการป่วยเป็นมะเร็ง โรคหลอดเลือดในสมอง ปอดอักเสบ หัวใจขาดเลือด เบาหวาน โรคเกี่ยวกับตับ ทางเดินหายใจ และวัณโรคเพิ่มมากขึ้น (กองยุทธศาสตร์และแผนงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข,2560) จากข้อมูลการใช้บริการสาธารณสุข (ทั่วประเทศ) มีผู้ป่วยนอกที่เข้ารับบริการสาธารณสุขจำนวน 79,782,292 คน 311,016,098 ครั้ง และมีผู้ป่วยในที่ใช้บริการสาธารณสุขจำนวน 7,375,004 คน 32,596,797 วัน (กระทรวงสาธารณสุข,2561) บวกกับการสำรวจ ในปี 2564 ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ โดยจะมีประชากรสูงอายุถึงร้อยละ 20 เนื่องจากอัตราการเกิดต่ำกว่าระดับทดแทน ทำให้สัดส่วนของผู้สูงอายุมีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าสาเหตุการตาย 10 อันดับแรก ในปี 2561 คือ การเสียชีวิตด้วยโรควัยชรา ความดันโลหิตสูง และการติดเชื้อในกระแสเลือด หัวใจล้มเหลว เบาหวาน มะเร็ง การหายใจล้มเหลว และ

โรคเสื่อมของสมองในวัยชรา (กระทรวงสาธารณสุข,2561) ในอนาคตมีแนวโน้มที่คนไทยจะป่วยและมีปัญหาสุขภาพ ซึ่งจะส่งผลให้มีผู้เข้าใช้บริการในโรงพยาบาลเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี

จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ป่วยที่มีแนวโน้มมากขึ้นในแต่ละปี ย่อมส่งผลกระทบต่อปริมาณการให้บริการ ด้านการแพทย์ที่มีไม่เพียงพอต่อความต้องการในการรับบริการ อีกทั้งสถานการณ์แนวโน้มกำลังคนด้านสุขภาพที่ ประกอบไปด้วยกำลังคนด้านสุขภาพใน 5 สาขาหลัก ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาลวิชาชีพ และ พยาบาลเทคนิค มีแนวโน้มที่กำลังคนด้านสุขภาพลดน้อยลงอย่างต่อเนื่อง (รายงานทรัพยากรสาธารณสุข,2560) ทำให้ จำนวนบุคลากรทางการแพทย์มีไม่เพียงพอต่อความต้องการ ส่งผลให้เกิดปัญหาต่างๆตามมา ไม่ว่าจะเป็นผู้ป่วยรอคิว นาน จำนวนเตียงมีไม่เพียงพอ อุปกรณ์การแพทย์ที่ไม่ทันสมัย เกิดจากการใช้งานมานาน หรือ ไม่มีอุปกรณ์ทางการ แพทย์ เกิดจากขาดเงินทุนสนับสนุน ทำให้ต้องส่งตัวผู้ป่วยไปตามโรงพยาบาลศูนย์ซึ่งมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ พร้อมรองรับผู้ป่วย แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ส่งผลให้แพทย์และเจ้าหน้าที่หลายๆแห่งต้องควงเวร ความ กตัตันของญาติผู้ป่วย การสื่อสารที่ไม่ตรงกัน ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาและสร้างความไม่พอใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการ ดัง ชาวที่สามารถเห็นได้บ่อยในปัจจุบัน เช่น ชาวพยาบาลปฏิบัติไม่ตรงกับผู้ป่วยชราติดเตียง หรือ ญาติผู้ป่วยไม่พอใจที่รอ คิวนานจนเกิดการทะเลาะวิวาท และอื่นๆอีกมากมาย

จากปัญหาดังกล่าวทำให้กระทรวงสาธารณสุขเริ่มต้นตัวมองเห็นปัญหา จึงมีการมุ่งเน้นให้ความรู้ประชาชน เกี่ยวกับการรู้เท่าทันประเด็นสุขภาพต่างๆ ทั้งแอปพลิเคชัน RDU รู้เรื่องยา และแอปพลิเคชันสมุนไพรรักษา (Samunprai first) รวมไปถึงการพัฒนาการรักษาพยาบาลผ่าตัดแบบวันเดียวกลับไปในบางกลุ่มโรค และในปี 2561 ได้มี การปฏิรูประบบสาธารณสุขรูปแบบใหม่ โดยการอาศัยกลไกประชารัฐที่ประชาชนในพื้นที่จะมีส่วนร่วมกับหน่วยบริการ ภาพของความแออัด การรอคิวรับการรักษาลดน้อยลง เนื่องจากการพัฒนารูปแบบการบริการเชิงรุก เน้นการส่งเสริม สุขภาพป้องกันโรค “ให้โรงพยาบาลเป็นมากกว่าโรงพยาบาล” และมีการออกนโยบายสาธารณสุขในปี 2561 ซึ่งเน้น ความเป็นเลิศ 4 ด้าน คือ 1.การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค (Excellence) 2.ระบบบริการ (Service Excellence) 3.การพัฒนาคน (People Excellence) 4.ระบบบริหารจัดการ (Governance Excellence) เพื่อขับเคลื่อน ระบบสุขภาพให้มีความยั่งยืน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ (มติชนออนไลน์, 2561)

แต่อย่างไรก็ตามปัญหาด้านสุขภาพที่เกิดจากรูปแบบการดำเนินชีวิต การบริโภคอาหาร และสภาพแวดล้อม ล้วนมีผลต่อสุขภาพทั้งสิ้นไม่ว่าจะอยู่ในชุมชนเมือง หรือชนบทย่อมหลีกเลี่ยงอาการเจ็บป่วยไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประชาชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีจำนวนประชากรมากถึง 1,556,903 คน (สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ,2561) บวกกับในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีโรงพยาบาลจำนวน 30 แห่ง รวมจำนวน 2,584 เตียง (รายงานข้อมูล ทรัพยากรสาธารณสุข,2560) เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ อาจกระทบกับคุณภาพ ในการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายชิวราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ นักวิชาการ นักวิจัย และผู้ที่ ต้องการศึกษาค้นคว้าใช้เป็นแนวทางในการศึกษา อีกทั้งโรงพยาบาลสามารถนำข้อมูลและผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไป ปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. เพื่อเป็นแนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ ให้มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น

## ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตในด้านระยะเวลา ผู้วิจัยทำการวิจัยระหว่างเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2561

ขอบเขตในด้านประชากร ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามผู้ที่มาแผนกผู้ป่วยนอกที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ราย

## นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนบุคคลในด้านบวกเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การแสดงออกในลักษณะอาการชอบใจ มีความสุข รู้สึกดี เมื่อสิ่งที่ปรารถนา สิ่งที่ต้องการ สิ่งที่ตั้งใจไว้ ได้รับการตอบสนองเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย หรือบรรลุวัตถุประสงค์ ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ระดับความพึงพอใจน้อย ระดับความพึงพอใจปานกลาง ระดับความพึงพอใจมาก และระดับความพึงพอใจมากที่สุด

พฤติกรรม หมายถึง ภัยการแสดงออกทางร่างกาย ที่มนุษย์แสดงออกมาในรูปแบบของการกระทำ การปฏิบัติ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อการรับรู้ส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นความคิด ความรู้สึก พฤติกรรมเกิดจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า เมื่อเกิดการกระตุ้นจะก่อให้เกิดการตอบสนอง

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง แนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ให้ธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งส่วนประสมการตลาดประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการที่ดี ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือ เกินความต้องการ เกินความคาดหวังของผู้รับบริการ จนทำให้บริการดังกล่าวกลายเป็นคุณภาพในการบริการ เกิดความรู้สึกว่าบริการนั้นมีคุณภาพ ประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจและคุ่มค่ากับเงินที่เสียไป จนนำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้บริการ

การบริการ หมายถึง งานที่ให้ความสะดวกต่างๆเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการและผู้ให้บริการ ในรูปแบบกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้า และเพื่อส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการให้บริการของโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัด

นครศรีธรรมราช ประกอบไปด้วย ศูนย์รักษาโรคเฉพาะทาง ตรวจสุขภาพ เวชศาสตร์ฟื้นฟู ศูนย์ตรวจพิเศษต่างๆ  
เภสัชกรรม และธนาคารเลือด

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ที่มาแผนกผู้ป่วยนอก (Out-Patient-Department : OPD) โรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ  
อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## การทบทวนวรรณกรรม

### ความพึงพอใจ

นทล รมโพธิ์ (2554) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจที่ถูกคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย Michigan ว่า  
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเกิดจาก คุณภาพของสินค้าและบริการ ความคาดหวังของลูกค้า คุณค่าของสินค้าและ  
บริการ และปัจจัยที่เป็นผลมาจากความพึงพอใจเกิดจากการร้องเรียนของลูกค้า และความจงรักภักดีในสินค้าและ  
บริการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Hirschman (1970 อ้างถึงในภักดีรา สุขสมนรินทร์ 2558) ที่อธิบายว่า เมื่อลูกค้า  
ไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ จะร้องเรียนไปยังบริษัทผู้ขายสินค้านั้น หากรู้สึกพึงพอใจจะแสดงออกมาใน ความ  
จงรักภักดีกลับมาใช้สินค้าและบริการอีกขณะที่ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2557) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึง  
พอใจว่าเกิดจาก การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ และการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ เมื่อลูกค้าได้รับ  
การตอบสนองจนพึงพอใจจะก่อให้เกิดเป็นระดับความพึงพอใจ 2 ระดับ ดังที่ จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551) ได้อธิบายว่า  
ระดับความพึงพอใจของลูกค้ามี 2 ระดับ ได้แก่ ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง และความพึงพอใจที่เกินความ  
คาดหวัง ยิ่งลูกค้ารู้สึกพึงพอใจมากเท่าไรยิ่งทำให้โอกาสในการภักดีต่อตราสินค้ามีมากขึ้น

### พฤติกรรม

ธรีธร ธีรขวัญโรจน์ (2552) ได้กล่าวถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมว่า ผู้บริโภคจะมีความต้องการ  
และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน แต่ละคนจะมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน อาจเกิดจากวัฒนธรรมและประเทศที่อยู่  
ความชอบความสนใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อความต้องการและพฤติกรรมที่แตกต่างกันสามารถเปลี่ยนแปลงได้  
ตลอดเวลาหากมีบริการใหม่ที่ตรงกับความต้องการจะเป็นอย่างนี้เรื่อยๆไม่มีวันสิ้นสุด ขณะที่ Kotler (2012 อ้างถึงใน  
ธนาพันธ์ โตสัมพันธ์มงคล 2558) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อว่า กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า  
เกิดจาก ความต้องการ เมื่อเกิดความต้องการจะเกิดการแสวงหาข้อมูลนำมาประเมินทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อใช้ในการ  
ตัดสินใจซื้อเมื่อซื้อสินค้าและจะก่อให้เกิดพฤติกรรมหลังการซื้อ ได้แก่ พฤติกรรมพึงพอใจและไม่พึงพอใจ

### ส่วนประสมการตลาด

Kotler (2007 อ้างถึงในอัสมีย์ เจมาเมาะ 2560) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาด  
ที่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ ซึ่งกิจการใช้เครื่องมือเหล่านี้ในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึง  
พอใจให้ลูกค้า พื้นฐานของส่วนประสมการตลาดมีด้วยกัน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่อง  
ทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ขณะที่ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2557) และจิต  
ตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดด้านธุรกิจบริการมีด้วยกัน 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์และ

บริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่บริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical) และกระบวนการบริการ (Process)

### คุณภาพการบริการ

Parasuraman (1985 อ้างถึงในวัลภา ยัมปราโททย์ 2559) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการกำหนดคุณภาพการบริการ 10 ประการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมในการบริการ ความไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการทันที สมรรถนะของพยาบาล ความมีอริยาสัย ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การให้ผู้รับเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร และการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ต่อมา Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988 อ้างถึงในภัทรา ภัทรมโน 2556) ได้ทำการศึกษาใหม่เนื่องจากบางประการมีความซ้ำซ้อนจึงได้รวมบางประการไว้ด้วยกัน ทำให้การวัดคุณภาพเหลือ 5 ประการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า และการเอาใจใส่รู้จักและเข้าใจลูกค้า

### ลักษณะประชากรศาสตร์

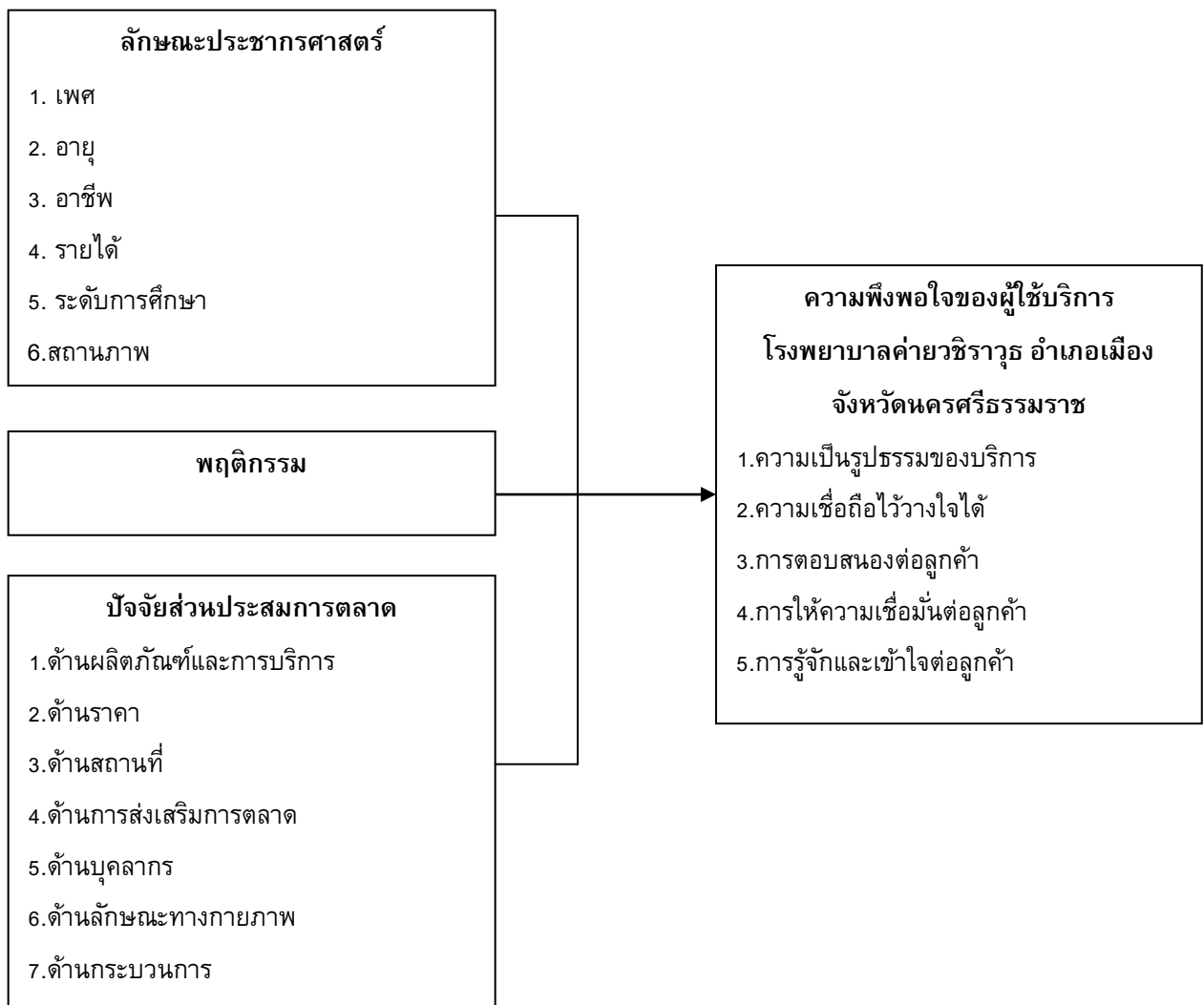
Kotler & Keller (2009 อ้างถึงในกนกพรรณ สุขฤทธิ 2557) ได้กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงการตัดสินใจในการซื้อหรือเลือกใช้บริการของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้ การศึกษา และรูปแบบการดำรงชีวิต ขณะที่ วชิรวรร งามละม่อม (2558) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์เป็นภูมิหลังส่วนบุคคลที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไป อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ภูมิสำเนา ที่แสดงถึงข้อมูลความเป็นมาของแต่ละคน ซึ่งจะมีพฤติกรรมในการแสดงออกที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากความแตกต่างทางด้านลักษณะส่วนบุคคล และ Hanna and Wozniak (2001) ; Shiffman and Kannuk (2003 อ้างถึงในลาวัณย์ ทวีผดุง 2559) ได้กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ศาสนาและเชื้อชาติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาส่วนแบ่งการตลาด โดยการนำมาเชื่อมโยงกับความชอบ ความต้องการ และการใช้สินค้าของผู้บริโภค

## ระเบียบวิธีการวิจัย

### กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยสร้างกรอบแนวคิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยอาศัยลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้กรอบแนวคิดดังภาพ

ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



## สมมติฐานการวิจัย

- 1.ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากร
- 2.ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันไปตามพฤติกรรม
- 3.ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มาโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช แผนกผู้ป่วยนอกที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ราย

## การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และมีกรทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคจำนวน 40 ชุด ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.961

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เก็บรวบรวมจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย

## ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.8) มีอายุระหว่าง 15-30 ปี (ร้อยละ 49.8) มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 37.5) รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 47.8) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 44.0) และมีสถานภาพโสด (ร้อยละ 56.0)
2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (ร้อยละ 100.0) มีเหตุผลในการมาโรงพยาบาล คือ รักษาเอง (ร้อยละ 55.0) ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ คือ 1 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 66.3) มีฐานะในการใช้บริการ คือ จ่ายค่าใช้จ่ายเอง (ร้อยละ 64.8)



3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.10) ด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.97) ด้านสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.88) ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.87) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.81) และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.79) ตามลำดับ

ตาราง 1 สรุปผลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.10	0.61	มาก
ด้านราคา	3.97	0.65	มาก
ด้านสถานที่	3.88	0.67	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81	0.64	มาก
ด้านบุคลากร	3.87	0.63	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.79	0.66	มาก
ด้านกระบวนการ	3.87	0.64	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>

4. ผลการศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจพบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.92) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.85) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.83) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.77)

ตาราง 2 สรุปผลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.92	0.62	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	3.83	0.64	มาก
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.77	0.62	มาก
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.85	0.65	มาก
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	3.85	0.58	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

5. ข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้มาใช้บริการต้องการให้เพิ่มสถานที่จอดรถ เนื่องจากมีที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการ ต้องไปจอดในสถานที่ไกลออกไป

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้	ระดับการศึกษา	สถานภาพ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	-	✓	-	-	-	✓
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	-	-	-	✓	-	-
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	-	-	-	✓	✓	✓
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	-	-	-	-	-	✓
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	✓	-	-	-	-	-

สมมติฐานที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน อายุที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ แตกต่างกัน รายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า แตกต่างกัน สถานภาพที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า แตกต่างกัน

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	เหตุผลในการมาโรงพยาบาล	ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ	ฐานะในการใช้บริการ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	✓	-	✓
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	✓	-	-
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	✓	-	-
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	✓	-	-
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	-	-	✓

**สมมติฐานที่ 2** ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมที่ต่างกันจำแนกตามเหตุผลในการมาโรงพยาบาลส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าแตกต่างกัน และพฤติกรรมที่ต่างกันจำแนกตามฐานะในการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน

**ตาราง 5** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	ผลิตภัณฑ์และบริการ	ราคา	สถานที่	การส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	ลักษณะทางกายภาพ	กระบวนการ
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การตอบสนองต่อลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

**สมมติฐานที่ 3** ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน

## สรุป

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-30 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย และมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เคยใช้บริการโรงพยาบาลค่ายวชิราวุธ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีเหตุผลในการมาโรงพยาบาลคือ รักษาเอง ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ คือ 1 ครั้ง/เดือน มีฐานะในการใช้บริการ คือ จ่ายค่าใช้จ่ายเอง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการรู้จักและเข้าใจ อายุส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รายได้ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ระดับการศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อลูกค้า สถานภาพส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พฤติกรรม ได้แก่

เหตุผลในการมาโรงพยาบาลส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และฐานะในการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

## ข้อเสนอแนะ

โรงพยาบาลควรเพิ่มสถานที่ในการจอดรถ เนื่องจากสถานที่จอดรถในโรงพยาบาลมีน้อยเกินไป ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการบางรายต้องไปจอดรถในสถานที่ไกลออกไป หรือต้องวนรถหลายรอบเพื่อหาที่จอดรถ อีกทั้งไม่สะดวกในกรณีที่มีสัมภาระเยอะ

## ด้านการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ยังมีข้อจำกัดบางประการ ซึ่งการวิจัยในอนาคตควรมีการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการแผนกผู้ป่วยในและแผนกอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง และ ควรเพิ่มการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ หรือเก็บข้อมูลด้วยระบบออนไลน์เพื่อให้งานวิจัยมีข้อมูลและตัวอย่างประชากรที่หลากหลาย

## บรรณานุกรม

กระทรวงสาธารณสุข.(2561). **สาเหตุการตาย 10 อันดับแรกในปี 2561**. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561, [https://hdcservice.moph.go.th/hdc/reports/report.php?source=formatted/opd10\\_sex.php&cat\\_id=491672679818600345dc1833920051b2&id=8881445af732eb166fa2470ba5046956](https://hdcservice.moph.go.th/hdc/reports/report.php?source=formatted/opd10_sex.php&cat_id=491672679818600345dc1833920051b2&id=8881445af732eb166fa2470ba5046956)

กระทรวงสาธารณสุข.(2561). **การใช้บริการสาธารณสุข**. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561 ,จาก [https://hdcservice.moph.go.th/hdc/main/index\\_pk.php](https://hdcservice.moph.go.th/hdc/main/index_pk.php)

กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). **ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นย่าน Community Mail ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กองยุทธศาสตร์และแผนงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2560). **ปัญหาสุขภาพ**. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561 จาก [http://bps.moph.go.th/new\\_bps/sites/default/files/stratistics60.pdf](http://bps.moph.go.th/new_bps/sites/default/files/stratistics60.pdf)

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2557) .**การบริการลูกค้า**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท โฟกัสมีเดียแอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ . (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น.

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ:ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธีร์ธีร ธีรวิญโรจน์ . (2552). *การตลาดบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชนานันท์ โตสัมพันธ์มงคล. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นภดล ร่มโพธิ์. (2554). *หนังสือรวบรวมบทความ การวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน*. กรุงเทพฯ:คณะบุคคลเอมเจเนียร์ .

ภคิรา สุขสมนรินทร์. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการซื้อเครื่องสำอางพรีเมียมแบรนด์ของวัยเริ่มทำงาน*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภัทรา ภัทรมโน. (2556). *การรับรู้คุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่ สอรรถระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มติชนออนไลน์. (2561). *มองอนาคตสุขภาพคนไทยปี 2561 กับนโยบายสาธารณสุขที่เปลี่ยนไป*. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561, จาก [https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news\\_786690](https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_786690)

รายงานทรัพยากรสาธารณสุข. (2560). *ข้อมูลโรงพยาบาล*. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561, จาก [http://bps.moph.go.th/new\\_bps/sites/default/files/report-gis60\\_70Sep18.pdf](http://bps.moph.go.th/new_bps/sites/default/files/report-gis60_70Sep18.pdf)

รายงานทรัพยากรสาธารณสุข.(2560). *สถิติจำนวนประชากรนครศรีธรรมราช สำนักงานทะเบียนกลางกรมการปกครอง*. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.pokkrongnakhon.com/datacenter/state.php>

ลาวัญญ์ ทวีผดุง. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารจานด่วนเคเอฟซีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วชิรวัชร งามละม่อม.(2558). *แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์*. ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2561, จาก [http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post\\_11.html](http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html)

วัลภา ยิ้มปราโมทย์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

สำนักงานทะเบียนกลาง กรมการปกครอง. (2561). รายงานข้อมูลทรัพยากรสาธารณสุข 2560 แนวโน้มกำลังคน  
ด้านสุขภาพ. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2561,

อัสมีย์ เจมาเมาะ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อโคแปรรูปในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.