ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การมุ่งเน้นการตลาดและความพึงพอใจในงานของหัวหน้าหอผู้ป่วย โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายประมวล เลิศชีวกานต์

ปริญญา พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการพยาบาล)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์อุดมรัตน์	สงวนศิริธรรม	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.ฐิติณัฏฐ์	อัคคะเดชอนันต์	กรรมการ

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างสูงในการบริการสุขภาพ จึงมีความจำเป็นต้องนำเอาแนวคิดทางการตลาดมาใช้ไม่ว่าจะเป็นการบริการสุขภาพของโรงพยาบาลของรัฐบาลหรือของเอกชนก็ตาม การมุ่งเน้นการตลาดเป็นแนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างคุณภาพการบริการที่ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ ซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นการตลาดและความพึงพอใจในงานของหัวหน้าหอผู้ป่วยโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ ประชากรที่ศึกษาเป็นหัวหน้าหอผู้ป่วยจำนวน 105 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามการมุ่งเน้นการตลาดและความพึงพอใจในงานที่ผู้วิจัยดัดแปลงมาจากแบบสอบถามของแฮมป์ตันและแฮมป์ตัน (Hampton & Hampton, 2002) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .71 และ .84 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson' s product moment correlation coefficient)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลการวิจัยพบว่า

1. การมุ่งเน้นการตลาดของหัวหน้าหอผู้ป่วยโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการตอบสนองข้อมูลการตลาดอยู่ในระดับสูงมาก ส่วนด้านการแสวงหาข้อมูลการตลาดและการกระจายข้อมูลการตลาดพบว่าอยู่ในระดับสูง

2. ความพึงพอใจในงานของหัวหน้าหอผู้ป่วยโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ด้านสถานภาพของวิชาชีพ ด้านนโยบายขององค์การ ด้านความมีอิสระในการทำงานและด้านค่าตอบแทนอยู่ในระดับสูง ส่วนด้านเงื่อนไขของงานพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3. การมุ่งเน้นการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงานของหัวหน้าหอผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ปรับปรุงการใช้แนวคิดทางการตลาดในการบริการสุขภาพ ของโรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ และข้อมูลที่ได้มายังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรเพิ่มขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Thesis title Marketing Orientation and Job Satisfaction Among Head Nurses Maharaj Nakorn Chiang Mai Hospital

Author Mr. Pramuen Lertcheewakarn

Degree Master of Nursing Science (Nursing Administration)

Thesis Advisory Committee

Assoc. Prof. Udomrat Sngounsiritham Chairperson

Lect. Dr. Thitinut Akkadechanunt Member

ABSTRACT

Today, the health care industry is highly competitive. As such, marketing is necessary in order to implement an effective strategy in both private and government hospitals. Marketing orientation is a marketing comcept that focuses on both quality service and customer satisfaction, which leads to employee satisfaction as well. The purpose of this study was to examine the level of marketing orientation and job satisfaction among 105 head nurses in Maharaj Nakorn Chiang Mai Hospital. Research instruments for data collection included a marketing orientation questionnaire and a job satisfaction questionnaire, which were developed by researcher and based on Hampton and Hampton instruments (Hampton & Hampton, 2002). The reliability of the questionnaires were .71and .84 respectively. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and Pearson's product moment correlation.

The results revealed :

1. Overall marketing orientation of head nurse were at high level. Considering each aspect, the responsiveness was at a very high level and the intelligence generation and the intelligence dissemination were at a high level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

2. Overall job satisfaction of head nurses were at high level. Considering each aspect the interaction, job status, organizational requirement, autonomy and pay were at a high level, however task requirement was at a moderate level.

3. Marketing orientation of head nurses had statistically significant positive correlation at a moderate level with the job satisfaction ($p < .01$).

The results of this study can be used as a guideline for improvement of healthcare service in Maharaj Nakorn Chiang Mai Hospital. In addition, the data can be used for increase job satisfaction among hospital employees.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved