

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

##### 1. ทฤษฎีความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็น 2 นัย คือ ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์กร ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงาน เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของ

ธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้งและส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ในการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะในด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากใช้บริการเท่านั้น

## 2. ทฤษฎีสวนประสมการตลาดบริการ ( The Services Marketing Mix )

ส่วนประสมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546 : 434) ได้กล่าวไว้ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) 7 ด้าน หรือ 7 P's เพื่อสนองตอบความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ / บริการ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายทางธุรกิจ เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีก็ได้ ผลิตภัณฑ์สินค้าบริการความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ ต้องมีอรรถประโยชน์มีคุณค่า
2. ด้านราคา (Price) ได้แก่ราคาของบริการรวมทั้งเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การชำระเงินที่ธุรกิจเป็นผู้กำหนดขึ้น
3. ด้านการสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ได้แก่ หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย และการสนับสนุนการบริการเพื่อให้มีพร้อมที่จะบริการลูกค้า รวมถึงช่องทางที่จะทำให้ลูกค้า เข้าถึงบริการของธุรกิจ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่ การติดต่อสื่อสารในเรื่องข้อมูล การตลาดและการให้บริการระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ
5. ด้านบุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employees) ได้แก่ คนที่มีส่วนร่วมใน กระบวนการให้บริการ ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงาน ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับธุรกิจได้
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ การสร้างหรือแสดงให้ลูกค้าเห็นถึง รูปแบบการบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น ความสะอาด ความรวดเร็วหรือผลประโยชน์ด้าน อื่นๆ

7. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ได้แก่ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ รวมถึงวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

#### บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**ธนิดา ชัยนารักษ์ (2548)** ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้มารับบริการของห้องผ่าตัด โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม พบว่าผู้ป่วยมีความพึงพอใจต่อการบริการทั่วไปของห้องผ่าตัดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการในระดับมาก นอกจากนี้ผู้ป่วยยังมีความพึงพอใจต่อการรักษาพยาบาลของห้องผ่าตัดทั้งในระยะก่อนการผ่าตัดทั้งในระยะก่อนการผ่าตัด ระหว่างการผ่าตัด และระยะหลังการผ่าตัดในระดับมาก

**ภารดา บุญยศาสตร์พันธุ์ (2546)** ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของบริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านมีความพึงพอใจในระดับมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ได้แก่ ความครบถ้วนของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ด้านราคา ได้แก่ ค่าบริการเอ็กซเรย์ ตรวจเลือด/ปัสสาวะ และวิเคราะห์ผล ด้านสถานที่ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม ด้านบุคลากร ได้แก่ แพทย์มีความรู้ความชำนาญในการตรวจรักษา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ทันสมัยและเพียงพอ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยา

**อานันท์ อุงจินดา (2546)** ได้ทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของคลินิกรักษาผู้มีบุตรยาก: กรณีศึกษาคลินิกกุดพัฒนาการแพทย์ ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึง

พอใจอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเข้าใจได้ครบครัน เช่น ด้านขั้นตอนการรักษา ค่าใช้จ่ายการรักษา ภาวะแทรกซ้อน ความเสี่ยงและอาการข้างเคียง สาเหตุความผิดปกติของผู้รับบริการและผลการรักษา เป็นต้น ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้าน ความสามารถและความเชี่ยวชาญของแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ ด้านพนักงานหรือบุคลากรมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านความสุภาพและอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน เช่น การพูดจา ความเป็นกันเอง ความมีน้ำใจ เป็นต้น ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในคลินิก ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยด้านวารสารคลินิกคุณภาพ การแพทย์ในด้านรูปแบบและเนื้อหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน และด้านราคามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมของค่ารักษาพยาบาล เช่น ค่ายา และเวชภัณฑ์