

คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อ
ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ
โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

SERVICE QUALITY AND PSYCHOLOGICAL FACTORS
AFFECTING CUSTOMER'S LOYALTY OF
HEALTH PROMOTING HOSPITAL IN CHUMPHON PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
พ.ศ. 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ KMITL PRINCE OF CHUMPHON – 2022-M-65-062 ซ์ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SERVICE QUALITY AND PSYCHOLOGICAL FACTORS
AFFECTING CUSTOMER'S LOYALTY OF
HEALTH PROMOTING HOSPITAL IN CHUMPHON PROVINCE



A THESIS SUBMITTED IN FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSSINESS ADMINISTRATION
KINGMONGKUT'S INTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2022

KMITL PRINCE OF CHUMPHON -2022-M-65-062

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	คุณภาพการบริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร
ชื่อนักศึกษา	นางสาวรัตนกร พลายด้วง
รหัสประจำตัว	61551907
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.กิตติ แก้วเขียว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร จำนวน 384 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.924 มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และมีการวิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านบุคลิกภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ และการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการจูงใจ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร คุณภาพการบริการ ปัจจัยจิตวิทยา ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

Thesis Title	SERVICE QUALITY AND PSYCHOLOGICAL FACTORS AFFECTING CUSTOMER'S LOYALTY OF HEALTH PROMOTING HOSPITAL IN CHUMPHON PROVINCE
Student	Miss Rattanakorn Plaiduang
Student ID	61551907
Degree	Master of Business
Program	Business Administration
Year	2022
Thesis Advisor	Dr.Kitti Keawkhiew

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study service quality, psychological factor and customer's loyalty of Health Promoting Hospital in Chumphon Province. 2) to analyze service quality affecting customer's loyalty of Health Promoting Hospital in Chumphon Province. 3) To analyze the psychological factors affecting customer's loyalty of Health Promoting Hospital in Chumphon Province. This research is a quantitative research. The research sample consisted of 384 consumers who received stationary services of Health Promoting Hospital in Chumphon Province. Research instrument was a questionnaire. The Cronbach Alpha Coefficient of questionnaire was 0.924 The descriptive statistics were mean, standard deviation and used multiple regression analysis for inferential statistics.

The results of outcomes from service quality indicated overall results were at the highest level. Majority of samples agreed that assurance was the most significance item. The results of outcomes from the psychological factor indicated overall results were at the highest level. Majority of samples agreed that attitude was the most significance item. The results of outcomes from customer's loyalty indicated overall results were at the highest level. Majority of samples agreed that satisfaction was the most significance item.

The results of hypothesis testing found that 1) service quality about reliability, empathy and assurance affecting customer's loyalty of Health Promoting Hospital in Chumphon Province were statistically significant. 2) psychological factors about motivation, learning, personality and attitudes affecting customer's loyalty of Health Promoting Hospital in Chumphon Province were statistically significant.

Keywords Health Promoting Hospital in Chumphon Province, Service Quality, Psychological Factor and Customer's Loyalty

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร.กิตติ แก้วเขียว อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำในการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนตรวจแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่อง จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ชัยญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง ดร.ภัทรพร ยุบลพันธ์ และ ดร.ภิญญาดา แก้วเขียว ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อหาค่าความเที่ยงตรง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม วัตถุประสงค์และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้สอนทุกรายวิชาที่ให้ความรู้ มอบประสบการณ์อันมีคุณค่าในการศึกษาครั้งนี้ ขอคุณกำลังใจจากครอบครัว จากเพื่อนร่วมงานทุกคน รวมถึงเพื่อนนักศึกษาและรุ่นพี่ที่ปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงมอบกำลังใจให้กันและกันเสมอมาจนถึงวันที่สำเร็จการศึกษา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริหารงานสาธารณสุข ของจังหวัดชุมพร เจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล นักวิชาการ นักวิจัย ผู้ที่สนใจ จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปศึกษาในการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลต่อไป

รัตนกร พลายดั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
1.7 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล.....	9
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....	13
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา.....	15
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ.....	20
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	57
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
3.3 การสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	62
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้าง IV ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
4.2 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดี ของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร.....	67
4.3 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร.....	80
4.4 ผลการศึกษาปัจจัยจิตวิทยาส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร.....	82
4.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ให้พัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีขึ้นสามารถตอบสนอง ความต้องการทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ ที่ทำให้เกิดความจงรักภักดีของ ผู้รับบริการ.....	84
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	86
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	86
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	87
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	93
บรรณานุกรม.....	96
ภาคผนวก.....	102
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายที่เกี่ยวข้องต่าง.....	103
ภาคผนวก ข การทดสอบดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือการวิจัย.....	111
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม.....	108
ภาคผนวก ง ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์.....	115
ประวัติผู้เขียน.....	137

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	แสดงจำนวนประชากรในเขตรับผิดชอบมาใช้บริการผู้ป่วยนอกที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ในปีงบประมาณ 2565.....2
2.1	ข้อสรุปแนวคิดทฤษฎี.....34
2.2	สรุปความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร.....46
3.1	แสดงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่มีผู้รับบริการมากที่สุดในแต่ละอำเภอ.....58
3.2	แสดงการแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนประชากรในแต่ละอำเภอ.....59
3.3	โครงสร้างแบบสอบถาม.....60
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....65
4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....65
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....65
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....66
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิทธิหลักประกันสุขภาพ.....66
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร.....67
4.7	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ).....68
4.8	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ).....69
4.9	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความน่าเชื่อถือ).....70
4.10	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ).....70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ).....71
4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร.....72
4.13	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการตั้งใจ).....72
4.14	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการรับรู้).....73
4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการเรียนรู้).....74
4.16	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านบุคลิกภาพ).....75
4.17	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านทัศนคติ).....76
4.18	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร.....77
4.19	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความพึงพอใจ).....78
4.20	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ).....78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความ จงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการแนะนำบอกต่อ).....79
4.22	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของคุณภาพการให้บริการที่ศึกษา ทั้งหมด.....80
4.23	แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อ ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลใน จังหวัดชุมพร.....81
4.24	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยทางจิตวิทยาที่ศึกษาทั้งหมด.....82
4.25	แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อ ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลใน จังหวัดชุมพร.....83
4.26	ข้อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัด ชุมพร.....84
4.27	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....85

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้าง VIII ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
2.1 แสดงลำดับชั้นความต้องการมนุษย์ ของ Maslow.....	16



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมในประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว มีปัญหาสุขภาพที่เป็นโรคเรื้อรังเพิ่มขึ้น และมีความซับซ้อนของปัญหาสุขภาพมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญปัญหาสุขภาพทั้งที่เป็นโรคติดต่อ และโรคไม่ติดต่อ ลักษณะปัญหาสุขภาพมีแนวโน้มสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านพฤติกรรม และปัจจัยทางสังคมเพิ่มมากขึ้น (The World Health Report, 2008) ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้หน่วยบริการระดับปฐมภูมิมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากการหน่วยบริการระดับปฐมภูมิมีหน้าที่และรับผิดชอบ จัดบริการให้ตอบสนองต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐาน และเชื่อมโยงกิจกรรมดำเนินงานด้านสุขภาพต่างๆ ให้ต่อเนื่อง มีลักษณะเป็นองค์รวม ผสมผสาน ประชาชนเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก และมีระบบให้คำปรึกษาและส่งต่อ กระทรวงสาธารณสุขจึงมีนโยบายยกระดับสถานีนามัยเป็นโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการปฏิรูประบบ คือการเปลี่ยนการดำเนินงานที่เน้นการรักษาพยาบาลแบบตั้งรับ มาเป็นการดำเนินงานเชิงรุกเน้นการส่งเสริมให้มีการสร้างสุขภาพของบุคคล ครอบครัว และชุมชน โดยถือหลักที่ว่า “สุขภาพดี สังคมดี ไม่มีขาย อยากรู้ต้องร่วมสร้าง”

การให้บริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลจะเน้นการให้บริการเชิงรุก แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ (มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, 2552) คือการบริการเชิงรุกในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เป็นการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One stop service) แบบครบวงจร ทั้งด้านการรักษา ส่งเสริมสุขภาพ และป้องกันโรคแบบองค์รวม มีการจัดไว้สำหรับทุกกลุ่มวัย เช่น สตรีมีครรภ์ หญิงหลังคลอด เด็ก 0-5 ปี เด็ก 6-12 ปี วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เน้นการให้คำปรึกษา การให้สุขศึกษา ร่วมกับการตรวจสุขภาพในเชิงรุกสำหรับกลุ่มเสี่ยงต่างๆ เพื่อให้มีความรู้และทัศนคติที่เหมาะสม นำไปสู่พฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง และการให้บริการเชิงรุกในชุมชนประกอบด้วย การคัดกรองสุขภาพ การสร้างเสริมสุขภาพ การป้องกันการเจ็บป่วย การดูแลผู้ป่วยที่บ้านและชุมชน การดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุระยะสุดท้ายของชีวิต การสร้างการมีส่วนร่วมของครอบครัว ชุมชน กลุ่มเครือข่ายสุขภาพ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น บุคลากรในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล การดำเนินงานของหน่วยบริการปฐมภูมิที่อยู่ในรูปแบบโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ได้แก่การบริการสาธารณสุขที่ผสมผสานทั้งด้านการส่งเสริม การควบคุมป้องกันโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ รวมทั้งการกำจัดปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคม ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ (มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, 2552) นอกจากการดำเนินงานตามภาระงานแล้ว การพัฒนาคุณภาพบริการก็ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อหน่วยบริการ ในการสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ หัวใจที่เป็นคุณภาพของหน่วยบริการปฐมภูมิ คือ ต้องเป็นบริการองค์รวมต่อเนื่อง ผสมผสานและสนับสนุนการพึ่งพาตนเองของประชาชนแบบสมดุล ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้เป็นหลักการให้ผู้ให้บริการใช้เป็นฐานในการดำเนินงานบริการในทุกด้านของหน่วยบริการปฐมภูมิ ในการดูแลประชากรแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม โดยการบูรณาการด้านการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพไปพร้อมกัน และกระบวนการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินงานต้องคำนึงถึงมิติทางด้านจิตใจ สังคม และสภาพแวดล้อมของประชาชนหรือผู้รับบริการด้วย (มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ, 2552)

จังหวัดชุมพรได้พัฒนาและจัดระบบบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานครอบคลุมประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้ โดยจัดทำแผนพัฒนาระบบบริการสุขภาพ (Service Plan) ที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาระบบสุขภาพของเขตสุขภาพที่ 11 และพัฒนาระบบบริการสุขภาพในภาพรวมของทุกระดับบริการในเครือข่ายและการเชื่อมโยงกันระหว่างเครือข่าย มีการพัฒนาสุขภาพในศูนย์สุขภาพชุมชนเมือง(ศสม.) โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (ระดับ P) โรงพยาบาลชุมชน (ระดับ F2-3 M2) และโรงพยาบาลทั่วไป (ระดับ S) เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการสาธารณสุขใกล้บ้าน เพิ่มความครอบคลุมในการได้รับบริการสาธารณสุขอย่างทั่วถึง และลดความแออัดในการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลชุมชนและโรงพยาบาลทั่วไป ทำให้ผู้วิญญูใจถึงจำนวนของผู้รับบริการในเขตรับผิดชอบที่มารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ซึ่งตรงกับตัวชี้วัดของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดชุมพร ได้ตั้งเป้าหมายในปีงบประมาณ 2565 ไว้ว่า ประชาชนในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ร้อยละ 80 มาใช้บริการผู้ป่วยนอก ซึ่งผลการดำเนินการในปีงบประมาณ 2561 แสดงไว้ในตารางที่ 1.2 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรในเขตรับผิดชอบมาใช้บริการผู้ป่วยนอกที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ในปีงบประมาณ 2565

อำเภอ	จำนวนประชากร ในเขตรับผิดชอบ	จำนวนผู้รับบริการ	อัตราร้อยละของการใช้บริการในเขต รับผิดชอบ
เมืองชุมพร	108,774	76,083	69.95
ท่าแซะ	70,454	49,326	70.01
ปะทิว	28,862	21,217	73.51
หลังสวน	47,372	32,906	69.46
ละแม	20,020	14,974	74.80
พะโต๊ะ	13,012	10,034	77.11
สวี	56,417	39,919	70.76
ทุ่งตะโก	16,637	13,479	81.02
รวม	361,548	272,167	71.34

ที่มา : ระบบคลังข้อมูลการแพทย์และสุขภาพ, 2565

จากสถิติการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในปีงบประมาณ 2565 แสดงให้เห็นว่าการเข้าใช้บริการผู้ป่วยนอกของประชาชนในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร มีอัตราการใช้บริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโดยรวมทั้งจังหวัดน้อยกว่า ร้อยละ 80 ซึ่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เนื่องจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นสถานบริการด้านสุขภาพที่มีขนาดเล็ก อาจทำให้ประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ทั้งนี้การแนะนำบอกกล่าวประชาสัมพันธ์ของอาสาสมัครสาธารณสุข และเจ้าหน้าที่ เกี่ยวกับข้อมูลทางด้านสุขภาพ เพื่อสร้างแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ นอกจากนั้นทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของประชนก็มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสุขภาพที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการดูแลคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ ตลอดจนมาตรฐานการบริการสุขภาพที่ดีและมีประสิทธิภาพ ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายเข้าถึงประโยชน์ของระบบบริการปฐมภูมิอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นธรรม สามารถพึ่งตนเองได้ในการดูแลสุขภาพ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาตัวแปร คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ 5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ด้านปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) (Schiffman and Kanuk, 2010) ประกอบด้วย 1) การจงใจ 2) การรับรู้ 3) การเรียนรู้ 4) บุคลิกภาพ 5) ทศนคติ และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ (Loyalty Theory) (Oliver, 1999) ประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจ 2) การกลับมาใช้บริการซ้ำ 3) แนะนำบอกต่อ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงาน วางแผนการให้บริการ และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 คุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร มีลักษณะอย่างไร

1.2.2 คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร หรือไม่อย่างไร

1.2.3 ปัจจัยทางจิตวิทยา ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล หรือไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

1.3.2 เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

1.3.3 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

1.3.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ให้พัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ ที่ทำให้เกิดความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1 ตัวแปรอิสระ

1.4.1.1 คุณภาพการให้บริการ

- 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- 2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ
- 3) ความเชื่อถือไว้วางใจได้
- 4) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ
- 5) การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ

ผู้รับบริการ

1.4.1.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา

- 1) การจูงใจ
- 2) การรับรู้
- 3) การเรียนรู้
- 4) บุคลิกภาพ
- 5) ทักษะ

1.4.2 ตัวแปรตาม

1.4.2.1 ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

- 1) ความพึงพอใจ
- 2) การกลับมาใช้บริการซ้ำ
- 3) แนะนำบอกต่อ

1.5 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ตั้งสมมติฐานเพื่อการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ H_1 คุณภาพการบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1a} ความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1b} ความเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1c} การตอบสนองต่อผู้รับบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1d} การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1e} ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_2 ปัจจัยจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2a} การจูงใจส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2b} การรับรู้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2c} การเรียนรู้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2d} บุคลิกภาพส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2e} ทักษะคิดส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.7.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ (SERVEQUAL) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ (Loyalty Theory)

1.7.2 ขอบเขตประชากรและพื้นที่ศึกษา ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ในปีงบประมาณ 2565 จำนวน 272,167 คน (ระบบคลังข้อมูลการแพทย์และสุขภาพ. 2565) ที่เป็นผู้รับบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร (ระบบคลังข้อมูลการแพทย์และสุขภาพ. 2565)

1.7.3 ขอบเขตด้านช่วงเวลาเก็บแบบสอบถาม ใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ เดือนสิงหาคม 2564 ถึง เดือนมีนาคม 2566 โดยทำการจัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณในช่วง เดือนเมษายน 2565 ถึง เดือนมิถุนายน 2565

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางการบริการเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และสร้างความจงรักภักดีของผู้รับบริการได้

1.8.2 ผู้ปฏิบัติงาน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

1.8.3 นักศึกษา นักวิชาการ นักวิจัย ผู้สนใจ สามารถนำผลการวิจัยเรื่องนี้เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า และประยุกต์ใช้องค์ความรู้การบริหารจัดการหน่วยบริการปฐมภูมิ ในการศึกษา เพื่อขยายผลต่อไปในอนาคต

1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

คำนิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

1.9.1 ผู้รับบริการ หมายถึง ผู้ที่ได้รับบริการด้านสุขภาพทั้งในและนอกสถานที่จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

1.9.2 โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล หมายถึง หน่วยบริการสุขภาพระดับปฐมภูมิในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีการจัดบริการทางด้านสุขภาพขั้นพื้นฐานแบบองค์รวม คือ การสร้างเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การตรวจวินิจฉัยโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสมรรถภาพ โดยเน้นการให้บริการในเชิงรุกที่ใกล้ชิดกับชุมชนมากที่สุด

1.9.3 ปีงบประมาณ หมายถึง ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ของปีหนึ่ง ถึงวันที่ 30 กันยายน ของปีถัดไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9.4 คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยคำนึงถึงการให้บริการ 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

- 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร และสิ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสและรับรู้ได้
- 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ผู้ให้บริการให้บริการที่ถูกต้อง สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้รับบริการได้
- 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทั่วทั้งที่ ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และการบริการมีความทั่วถึง
- 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ มีการบริการที่สุภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจความเชื่อมั่นว่าจะได้รับบริการได้ดีที่สุด
- 5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีความเอื้ออาทร เห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

1.9.5 ปัจจัยทางจิตวิทยา หมายถึง เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการ 5 ด้าน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ดังนี้

- 1) การรับรู้ หมายถึง การที่ผู้รับบริการเลือกรับข้อมูลต่างๆ ที่เป็นสิ่งเร้าเข้ามา และทำความเข้าใจกับข้อมูลนั้น
- 2) แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวชักนำหรือเกลี้ยกล่อม ให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกคล้อยตาม
- 3) การเรียนรู้ หมายถึง ประสบการณ์ในการรับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพรของผู้รับบริการ
- 4) บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะทางกาย จิตใจ ของผู้ให้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ที่สะท้อนให้ผู้รับบริการเห็น
- 5) ทศนคติ หมายถึง ความเชื่อของผู้รับบริการ ที่แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดที่จะเป็นไปได้ อันเป็นจุดมุ่งหมายที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งจะเป็นความจริงหรือไม่จริงก็ได้ ความเชื่อนี้อาจเกิดจากความรู้อ ความคิดเห็น หรือศรัทธา ก็ได้ และอาจมีอารมณ์ความรู้สึก หรือความสะเทือนใจ เข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้

1.9.6 ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ หมายถึง การที่ผู้รับบริการมีทัศนคติในเชิงบวก หลังจากได้รับบริการไปแล้ว ซึ่งตัวแปรที่บอกได้ถึงความจงรักภักดีของผู้รับบริการคือ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ มีการกลับมาใช้บริการซ้ำ และบอกต่อบุคคลอื่นๆ ให้มารับบริการ โดยแต่ละตัวแปรมีความหมายดังนี้

- 1) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจ ของผู้รับบริการ เมื่อได้มาใช้บริการ และมีความรู้สึกว่าการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร สามารถทำให้ผู้รับบริการบรรลุเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ทำให้ผู้รับบริการเกิดการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

3) แนะนำบอกต่อ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากการรับบริการแล้ว ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้มีการแนะนำบุคคลอื่นเข้ามาใช้บริการ

1.9.7 ประชาชนในเขตรับผิดชอบ หมายถึง ประชาชนทุกคนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล หรือพักอาศัยอยู่ในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ
- 2.6 สรุป

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

2.1.1 ความเป็นมาของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

ประเทศไทยรับเอาแนวคิดที่จะให้บริการสุขภาพแก่ประชาชนในท้องถิ่นมาจากประเทศอังกฤษ ซึ่งเริ่มขยายไปทั่วโลกในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ด้วยเหตุที่รัฐไม่สามารถจะจัดสรรทรัพยากร งบประมาณ และแพทย์ลงไปในพื้นที่ได้ครอบคลุมทุกภูมิภาค จึงต้องใช้นโยบายการบริการสุขภาพระดับต้นเพื่อให้เข้าถึงชุมชนมากที่สุด โดยเริ่มมีการจัดตั้ง “โอสถศาลา” หรือ “โอสถสถาน” ขึ้นในบางจังหวัด เพื่อใช้เป็นสถานที่บำบัดโรคให้แก่ชุมชน ตั้งแต่ พ.ศ. 2456 ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 6 ต่อมาใน พ.ศ. 2475 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “สุขศาลา” โดยกำหนดว่าท้องถิ่นใดมีประชากรหนาแน่นทางราชการจะส่งแพทย์ไปประจำ เรียกสุขศาลานั้นว่า “สุขศาลาชั้นหนึ่ง” ส่วนสุขศาลาที่ไม่มีแพทย์ประจำเรียกว่า “สุขศาลาชั้นสอง” และเมื่อมีการสถาปนากะทรวงสาธารณสุขขึ้น ใน พ.ศ. 2485 กรมการแพทย์ ซึ่งอยู่ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ได้รับการโอน “สุขศาลาชั้นหนึ่ง” ที่ตั้งอยู่ตามอำเภอใหญ่ ๆ และในจังหวัดบางแห่งไปปรับปรุงขึ้นเป็น โรงพยาบาลประจำอำเภอ โรงพยาบาลประจำจังหวัด บางแห่งให้เทศบาลรับไปดำเนินการ ส่วน “สุขศาลาชั้นหนึ่ง” ที่ไม่ได้โอนไปเป็นโรงพยาบาลก็อยู่ภายใต้การดูแลของกรมอนามัย และพัฒนาสุขศาลาชั้นหนึ่งเหล่านี้เป็น “สถานีนามัยชั้นหนึ่ง” ในปี พ.ศ. 2497 และได้มีการพัฒนาต่อเนื่องมาเป็น “ศูนย์การแพทย์อนามัยชนบท” ในปี พ.ศ. 2515 เป็น “ศูนย์การแพทย์และอนามัย” ในปี พ.ศ. 2517 เป็น “โรงพยาบาลอำเภอ” ในปี พ.ศ. 2520 และ เป็น “โรงพยาบาลชุมชน” ในปี พ.ศ. 2525-2551 สำหรับ “สุขศาลาชั้นสอง” ส่วนใหญ่สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งต่อมาเปลี่ยนเป็น “สถานีนามัยชั้นสอง” ในปี พ.ศ. 2495 และเปลี่ยนเป็น “สถานีนามัย” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515-2551 และปัจจุบัน มีการผลักดันให้เกิดการพัฒนาและยกระดับสถานีนามัยสู่การเป็น “โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล”(นิตยสารสุขศาลา, 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 แนวคิดการทำงานของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

แนวคิดการทำงานของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จากนโยบายสู่การปฏิบัติ, 2552) ประกอบด้วย

1. เป็นผู้นำนโยบายของกระทรวงฯ ไปสู่การปฏิบัติ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เป็นกลไกสำคัญทำหน้าที่แปลง นโยบายให้เกิดขึ้นได้จริงในพื้นที่ด้วยการบริหารจัดการตามแนวคิดใหม่

2. บริหารจัดการภายใต้ความคิดเห็นของคณะกรรมการ พัฒนาโรงพยาบาลฯ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหลายๆ ภาคส่วน เช่น ผู้แทนจากผู้บริหาร ผู้แทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้แทนจากภาคีเครือข่าย ผู้นำชุมชน บุคลากรของหน่วยงาน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ผู้แทนจากสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ ผู้แทนจากโรงพยาบาลแม่ข่าย ฯลฯ ซึ่งคณะกรรมการ จะมี ส่วนร่วมทุกขั้นตอนในการตัดสินใจด้านบริหารจัดการ เช่น ร่วมรับรู้ข้อมูล ร่วมวางแผน ปฏิบัติการให้สามารถดำเนินงานบรรลุตาม เป้าหมายที่วางไว้ และร่วมระดมทรัพยากรเพื่อการสนับสนุน การดำเนินงาน

3. รับผิดชอบภารกิจ 5 ด้าน คือ ส่งเสริมสุขภาพ รักษาพยาบาล ควบคุมป้องกันโรคฟื้นฟูสุขภาพ คุ้มครองผู้บริโภค เน้นการสร้างสุขภาพมากกว่าการซ่อมสุขภาพโดยทำ หน้าที่เป็นผู้เชื่อมโยงดึงการมีส่วนร่วม ระหว่างประชาชน คริวเรือน ชุมชน โดยดึงให้มีส่วนร่วมดูแลสุขภาพด้วยตนเองเพื่อนำไปสู่ “การสร้างสุขภาพแนวใหม่” ที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของประชาชนที่ครอบคลุมทุกมิติทั้งกาย ใจ สังคม และ วัฒนธรรม รวมถึงเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การสนับสนุนการดำเนินงาน เช่น โรงพยาบาลแม่ข่าย อาสาสมัครสาธารณสุข ยกระดับอาสาสมัครสาธารณสุข(อสม.) เป็น “ผู้นำด้าน สุขภาพประชาชน” โดยสามารถสร้างงาน แผนงานได้เอง “หยุดระบบสั่งการจากเบื้องบน”

2.1.3 ขอบเขตการดำเนินงานของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีขอบเขตการดำเนินการบริการสาธารณสุขผสมผสานทั้งด้านการส่งเสริมสุขภาพ การควบคุมและป้องกันโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ รวมทั้งการจัดการปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชนและสังคม ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ (คู่มือการให้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล, 2552) โดยมีจุดเน้นดังนี้

1. ดำเนินการเชิงรุก โดยมุ่งเข้าหาประชาชนและชุมชนเพื่อการสร้างสุขภาพเป็นหลัก รวมทั้งมุ่งจัดการกับปัจจัยเสี่ยงที่เป็นต้นเหตุของปัญหาสุขภาพ

2. บริการอย่างต่อเนื่อง สามารถให้คำปรึกษาและส่งต่อผู้ป่วยได้ตลอดเวลาโดยสามารถปรึกษาแพทย์ในโรงพยาบาลพี่เลี้ยงหรือส่งต่อผู้ป่วยได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ อาจมีบริการเตียงนอนเพื่อสังเกตอาการโดยไม่รับผู้ป่วยไว้นอนค้างคืน และหากมีกรณีฉุกเฉินก็มีระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉินเพื่อออกไปรับผู้ป่วยและให้การปฐมพยาบาลก่อนส่งต่อ

3. มีความเชื่อมโยงและมีส่วนร่วมโดยมีความเชื่อมโยงกับบริการสุขภาพในระดับอื่นในการดูแลผู้ป่วยรายกรณีอย่างมีประสิทธิภาพและมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งในการ ดำเนินงานของประชาชนชุมชน และองค์กรปกครองท้องถิ่น

2.1.4 การบริหารจัดการเครือข่ายปฐมภูมิ

โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลถือเป็นการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิ ซึ่งการบริหารจัดการเครือข่ายปฐมภูมิในด้านงบประมาณ เป็นการบริหารภายใต้ข้อกำหนดของสำนักหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ที่บริหารโดยหน่วยบริการประจำซึ่งทำหน้าที่เป็นคู่สัญญาของบริการปฐมภูมิ (Contracting unit for Primary care: CUP) ที่ส่วนใหญ่ใช้การบริหารจัดการที่โรงพยาบาลเป็นศูนย์กลาง แต่ในส่วนของบริหารงานบุคคลและการบริหารทั่วไปของหน่วยบริการปฐมภูมิเป็นการบริหารงานภายใต้การบริหารงานของสาธารณสุขอำเภอ ปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้นำการทำงานในรูปแบบระบบสุขภาพอำเภอ (District Health System: DHS) ที่มีภาคส่วนอื่นมาร่วมมากขึ้นในการบริหารเครือข่ายสุขภาพอำเภอ ซึ่งตามหลักการนี้จะมีสาธารณสุขอำเภอ ผู้อำนวยการโรงพยาบาล ผู้แทนจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารเครือข่าย (สถานการณ์การพัฒนาระบบบริการปฐมภูมิ พ.ศ.2547-2558, 2558)

2.1.5 การพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

หัวใจสำคัญที่เป็นคุณภาพของหน่วยบริการปฐมภูมิคือ ต้องเป็นบริการองค์รวม ต่อเนื่อง ผสมผสานและสนับสนุนการพึ่งตนเองของประชาชนอย่างสมดุล ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ เป็นหลักการที่ผู้ให้บริการต้องใช้เป็นฐานในการดำเนินงานบริการในทุกด้านของหน่วยบริการปฐมภูมิในการดูแลประชากรแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม ต้องพยายามที่จะบูรณาการด้านการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพไปพร้อมกัน และ กระบวนการดำเนินงานต้องคำนึงถึงมิติทางด้านจิตใจ สังคม และสภาพแวดล้อมของประชาชน หรือผู้รับบริการด้วย การพัฒนาคุณภาพหน่วยบริการปฐมภูมิได้นำแนวคิด CQI (Continuous Quality Improvement) มาใช้ซึ่งจะเน้นการประเมินเพื่อการพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่อง โดยใช้มาตรฐานและการประเมินตนเองเป็นเครื่องมือให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาให้กับหน่วยบริการ (เกณฑ์คุณภาพเครือข่ายบริการปฐมภูมิ, 2552)

เป้าหมายของระบบการพัฒนาคุณภาพหน่วยบริการปฐมภูมิคือการกระตุ้นให้หน่วย บริการปฐมภูมิเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ปฏิบัติในหน่วยบริการปฐมภูมิผู้บริหาร และผู้เกี่ยวข้องในระดับอำเภอ และเครือข่ายบริการปฐมภูมิ(CUP) ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชน เพื่อพัฒนาระบบบริการปฐมภูมิให้ตอบสนองความต้องการความจำเป็นด้านสุขภาพของประชาชน และนำไปสู่การมีสุขภาพดีชุมชนพึ่งตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เกณฑ์คุณภาพเครือข่ายบริการปฐมภูมิ, 2552)

องค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของระบบบริการสุขภาพและกระบวนการบริการ คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการบริการ และการบริหารจัดการ เพื่อให้ได้ผลผลิต และ ผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นด้านสุขภาพของประชาชน ซึ่งปัจจุบันระบบของกระทรวงสาธารณสุขและสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติได้กำหนด ให้มีมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำกับและประกันคุณภาพของระบบในส่วนต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละมาตรฐานมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำให้เกิดคุณภาพในจุดที่ต่างกัน (เกณฑ์คุณภาพเครือข่ายบริการปฐมภูมิ, 2552) ได้แก่

1. มาตรฐานการขึ้นทะเบียนหน่วยบริการประจำที่กำหนดโดยสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติหรือ มาตรฐานการขึ้นทะเบียนคลินิกเอกชน เป็นส่วนที่กำกับตั้งแต่จุดเริ่มต้นที่ เป็น

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยนำเข้าที่กำหนดมาตรฐานด้านบุคลากรทั้งเชิงจำนวน และเชิงคุณภาพ มาตรฐาน อุปกรณ์ เครื่องมือ และเงื่อนไขระบบการจัดบริการที่เป็นมาตรฐานขั้นต่ำของแต่ละหน่วยบริการ ต้องมีอย่างไร จึงจะขึ้นทะเบียนได้

2. มาตรฐานศูนย์สุขภาพชุมชน (HCA) เป็นมาตรฐานของชุดกระบวนการหลายส่วน และมาตรฐานงานย่อยด้านต่าง ๆ เช่น มาตรฐานการพยาบาลชุมชน มาตรฐานด้านสุขศึกษา มาตรฐาน การป้องกันการติดเชื้อ (IC) เป็นมาตรฐานที่กำกับ ควบคุมและส่วนที่เป็นกระบวนการ บริการ โดย กำหนดเกี่ยวกับลักษณะคุณภาพของกิจกรรมหรือขั้นตอนสำคัญของระบบย่อยนั้นๆ ว่าควรทำอย่างไร

3. ผลผลิต ผลลัพธ์งาน นั้นมีได้ถูกกำหนดคุณภาพในลักษณะของมาตรฐาน แต่กำหนด เป็นเป้าหมายที่ต้อง/ควรดำเนินการให้บรรลุ ตามแผนงาน โครงการต่างๆ ทั้งส่วน ที่เป็นเป้าหมาย ผลผลิตกิจกรรม และผลลัพธ์ที่เป็นตัวชี้วัด เช่น อัตราป่วย อัตราตาย อัตราการ ติดเชื้อ หรือ ความ ครอบคลุมในการจัดการบริการด้านส่งเสริมสุขภาพ ผลงานตามนโยบาย ที่สำคัญตรวจราชการฯ ติดตาม รวมทั้งการกำหนดเป้าหมายที่มีผลต่อการให้งบประมาณเพิ่ม เมื่อมีผลลัพธ์ที่มีปริมาณ คุณภาพตามที่พึงประสงค์ เช่น Pay for Performance (P4P) ที่ดำเนินการโดยสำนักงานหลักประกัน สุขภาพแห่งชาติที่ให้แก่ CUP เป็นต้น

4. ระบบคุณภาพที่กำหนดในลักษณะที่เป็นการประกันคุณภาพขององค์กรทั้งองค์กร ที่ครอบคลุมองค์ประกอบมากกว่าหนึ่งส่วน และเน้นการเชื่อมโยงระหว่างปัจจัย นำเข้า กระบวนการ บริการ รวมทั้งการบริหารจัดการ ที่ประกันว่าจะทำให้เกิดการจัดการ ที่ส่งผลให้งานมีคุณภาพได้อย่าง ยั่งยืน ท้ายถึง เป็นระบบทั้งองค์กร มิใช่เกิดบริการคุณภาพ เฉพาะกับผู้ใช้บริการบางคน หรือบาง บริการ ระบบนี้ใช้ฐานคิดจากเรื่อง Total Quality Management ตัวอย่างที่ใช้ระบบนี้ได้แก่ เกณฑ์ รางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศ สหรัฐอเมริกา (Malcolm Baldrige National Quality Award: MBNQA) หรือเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติประเทศไทย (Thailand Quality Award : TQA) เกณฑ์คุณภาพการบริหาร จัดการภาครัฐ (PMQA : Public Sector Management Quality Award) รวมทั้งระบบการ รับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation : HA) และระบบ คุณภาพที่ใช้ในการพัฒนาระบบบริการปฐมภูมิ คือเกณฑ์คุณภาพเครือข่ายบริการปฐมภูมิ (Primary Care Award : PCA) ซึ่งเป็นระบบที่ประกันคุณภาพทั้งองค์กร ซึ่งเป็นเกณฑ์คุณภาพที่หน่วยบริการ ปฐมภูมิหรือโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทุกแห่งจะต้องผ่านการรับรองคุณภาพ

การพัฒนาคุณภาพในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีเป้าหมายให้ประชาชนมีสุขภาพดี เจ้าหน้าที่มีความสุข ระบบสุขภาพยั่งยืนอันจะนำไปสู่วิสัยทัศน์ของกระทรวงสาธารณสุข คือ เป็น องค์กรหลัก ด้านสุขภาพ ที่รวมพลังสังคม เพื่อประชาชนสุขภาพดีที่สุดในที่มียุทธศาสตร์ในการ พัฒนาความเป็นเลิศใน 4 ด้านต่อไปนี้ คือ 1.การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค (P&P Excellence) 2.ระบบบริการ (Service Excellence) 3.การพัฒนาคน (People Excellence)และ 4. ระบบบริหารจัดการ (Governance Excellence) ในขณะเดียวกัน บุคลากรกระทรวงสาธารณสุขก็มี ค่านิยมในการขับเคลื่อนงานร่วมกัน 4 ด้าน โดยนำตัวอย่างจาก ชื่อกระทรวงสาธารณสุขคือ MOPH ประกอบด้วย M คือ Mastery คือบุคลากรเป็นนายของตัวเองที่ต้องเอาชนะ โลก โภจร หลง ให้ได้ O คือ Originality สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ P คือ People Centered Approach เอาประชาชน เป็น ศูนย์กลางและ H คือ Humilityอ่อนน้อมถ่อมตน ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาเครื่องมือการพัฒนาคุณภาพ หน่วยบริการสุขภาพในระดับ รพ.สต.ขึ้น คือ เกณฑ์พัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ติดดาว (รพ.สต.ติดดาว) ซึ่งการพัฒนาเกณฑ์คุณภาพ (Approach) มีเนื้อหาผสมผสานอ้างอิงจาก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์คุณภาพ Primary Care Award เพื่อพัฒนาคุณภาพของหน่วย บริการปฐมภูมิ ในรูปแบบของ เครือข่ายบริการ โดยมุ่งเน้นเชื่อมโยงระบบบริการ กระบวนการบริการ รวมทั้ง การบริหารจัดการ ซึ่ง จะทำให้เกิดการจัดการเป็นระบบทั้งองค์กร (คู่มือแนวทางการพัฒนาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลติดดาว. 2559)

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2.2.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ

Ahn et al., (2007) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า หรือบริการ

Wisher and Corney (2001) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ มีแนวการศึกษาที่สำคัญคือ การวิเคราะห์ที่เรียกว่า SERVQUAL ทั้งนี้ นักวิชาการทั้งสองท่านเสนอว่า คุณภาพการให้บริการ เป็น การตัดสินใจวินิจฉัยเกี่ยวกับความเลิศของบริการ (superiority of the service)

Crosby (1988) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “Service Quality” นั้น เป็นแนวคิด ที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง ตอบสนองตรงตามความต้องการของ ผู้รับบริการและสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

โสธยา พูลเกษ (2550) กล่าวว่า คุณภาพให้บริการ หมายถึง คุณสมบัติคุณลักษณะทั้งที่จับ ต้องได้และจับต้องไม่ได้ของบริการที่ทำให้ผู้รับบริการรับรู้ได้ว่ามีความโดดเด่น หรือเกินกว่าความ คาดหวังเป็นที่น่าประทับใจและเป็นที่ยอมรับกับความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ ตลอดจน ขั้นตอนของบริการนั้นๆ จนถึงภายหลังการบริการด้วย ทั้งนี้ต้องตอบสนองต่อความต้องการเบื้องต้น ตลอดจนครอบคลุมไปถึง ความคาดหวัง (Expectation) ของผู้รับบริการ

วิรัตน์ ชนะสิมมา และทตมัล แสงสว่าง (2564) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง คุณภาพที่หน่วยงานของรัฐส่งมอบให้แก่ประชาชนในแง่มุมมองของการบริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ (Empathy) และสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles)

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โศภากุล (2561) กล่าวว่า คุณลักษณะของคุณภาพการให้บริการที่ดี ประกอบด้วย

1. ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) คือ การให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกนับว่าเป็นสิ่ง ที่สำคัญที่สุด หากทำคุณลักษณะข้อนี้ไม่ดียังไม่ต้องทำตัวถัดไป การให้บริการที่ถูกต้องเหมาะสมและ เกิดความพึงพอใจ
2. ความสุภาพ มีมารยาท (Courtesy) คือ ความมีน้ำใจ พุดจาไพเราะ
3. ความคงเส้นคงวา (Consistency) คือ มีรูปแบบการให้บริการที่เป็นมาตรฐานแบบ เดียวกัน ไม่ว่าลูกค้าจะไปใช้บริการที่สาขาใดก็ตาม ก็จะได้รับบริการที่เหมือนกัน
4. การเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) คือ มีช่องทางให้ติดต่อกับบริษัทได้หลากหลาย ช่องทาง ลูกค้าสามารถเลือกช่องทางการติดต่อได้ตามความสะดวก
5. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ มีการแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ
6. ความครบถ้วนสมบูรณ์ (Completeness) คือ การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบถ้วนใน ครั้งเดียว (One Stop Service) คือ ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. เวลา (Timeliness) ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูง ลูกค้ามีความคาดหวัง เมื่อเข้ารับบริการจะใช้เวลาที่น้อยที่สุดและคุ้มค่าที่สุด ไม่มีการถูกรัดคิวหรือรอคิวเป็นเวลานาน

จากความหมายข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับบริการได้ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกพึงพอใจกับการบริการ

2.2.2 การวัดคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) กล่าวว่า การให้บริการที่มีคุณภาพ เป็นการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภคนั่นเอง โดยกำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 มิติ ได้แก่

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์การที่ให้บริการแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในด้านการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง การมีอัธยาศัยนอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเองรู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจและมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตรายความเสี่ยงภัยหรือปัญหาต่างๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวก ไม่ยุ่งยาก ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่ายและทั่วถึง

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Understanding of Customer) หมายถึง การทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้รับบริการ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

ต่อมา ในปี 1990 ได้ทำการยุบรวมคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 มิติ SERVQUAL โดย SERVQUAL มิติใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ดังนี้

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ได้แก่ สิ่งสัมผัสได้ ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อาคาร สถานที่ อุปกรณ์และ เครื่องมือทางการแพทย์ต่างๆ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้เข้ารับบริการ รู้สึกถึง

เอกสารนี้เป็นการนำเสนอสู่สาธารณะโดยไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการ ตามที่ ผู้รับบริการต้องการหรือที่ได้สัญญาไว้ และควรเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นได้ อย่าง ถูกต้องภายในระยะเวลาที่เหมาะสม ทำให้ผู้รับบริการสามารถไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ การตอบสนองในการ ให้บริการ จากผู้ให้บริการอย่างไม่มีรีรอ ความพร้อมที่จะให้การบริการให้แก่ผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว โดยที่ ผู้รับบริการใช้ระยะเวลาในการรอคอยไม่นาน และผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย มิติ ที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) คือ การรับประกันว่าผู้ให้บริการ มีทักษะความรู้ และ ความสามารถในการให้บริการ รวมทั้งมีจริยธรรมในการให้บริการ เพื่อให้ ผู้รับบริการมั่นใจได้ว่า การ บริการมีความปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

มิติที่ 5 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) คือ การดูแลและ ให้บริการอย่างเอาใจใส่ มีความเข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้รับบริการ โดยเน้นการให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ผู้รับบริการเป็นรายบุคคล

จากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ ดังที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงตัวชี้วัดที่สำคัญต่องานวิจัยและได้นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งตัวแปรที่สะท้อนให้ เห็นถึงคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า 5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้รับบริการ

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยา

ปัจจัยทางจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกริเริ่มคิดของผู้รับบริการ ที่มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการ Schiffman and Kanuk. (2010) ระบุว่า ปัจจัยทางจิตวิทยา ประกอบด้วย การตั้งใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทศนคติ ซึ่งจะกล่าวถึงเนื้อหาของปัจจัยปัจจัย ทางจิตวิทยา ดังต่อไปนี้

2.3.1 การตั้งใจ

Schiffman and Kanuk (2010) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ พลังกระตุ้นหรือแรงขับเคลื่อน ภายในของบุคคลหนึ่งซึ่งกระตุ้นให้บุคคลหนึ่งปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่าง

ชาวนุศิลป์ วาสบุญมา (2546) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ พลังทั้งจากภายในและภายนอกซึ่ง ช่วยกระตุ้นพฤติกรรมให้บุคคลทำในสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายด้วยความเต็มใจและเป็นตาม กระบวนการจูงใจของแต่ละบุคคล

เกษราพร รักษาสัตย์ (2564) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่ทำให้บุคคลเกิด ความคาดหวัง โดยอาจจะเกิดมาจากแรงกระตุ้นต่าง ๆ และความต้องการที่จะทำให้สำเร็จตามที่คาด ไว้ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวัง

Arnold และ Reynol (2003) อ้างถึงใน เพทาย พงษ์ประดิษฐ์ (2559) แบ่งลักษณะของ แรงจูงใจในการซื้อสินค้าของกลุ่มผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจทางด้านความสุขออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. ความรู้สึกตื่นเต้นในการซื้อสินค้า (Adventure shopping) คือ สิ่งที่ได้รับการกระตุ้น จากสิ่งต่าง ๆ และความต่างกันของสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นความรู้สึก

2. การคำนึงถึงสังคม (Social shopping) คือ การคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม เช่น

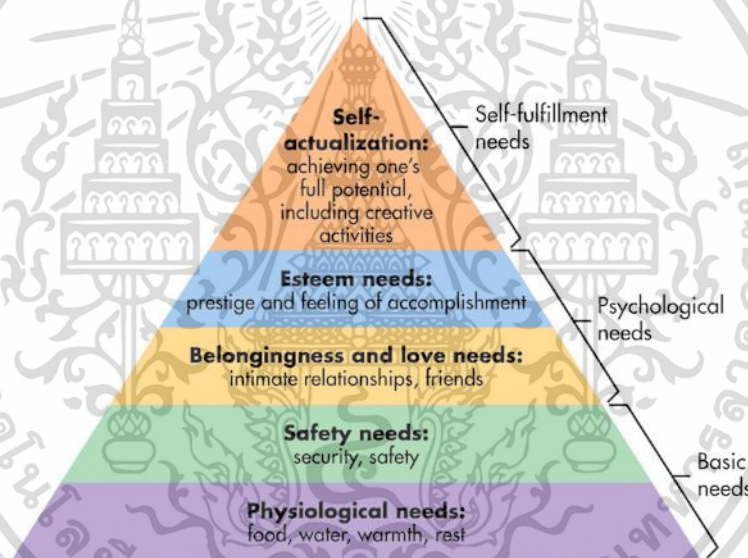
เพื่อน หรือ ครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความพึงพอใจ (Gratification shopping) คือ การซื้อสินค้าที่ตอบสนองตนเอง
4. การใช้ความคิด (Idea shopping) คือ การเก็บข้อมูลแฟชั่น ความทันสมัยหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในการเลือกซื้อสินค้า
5. บทบาท (Role shopping) คือ ความรู้สึกสนุก มีความสุข กับการเลือกซื้อสินค้า หรือ การค้นพบสินค้าที่คุ้มค่า
6. การรู้ถึงคุณค่า (Value shopping) คือ ความสนุกสนานในการต่อรองราคาการค้นหาสินค้าที่มีการลดราคา

ทฤษฎีแรงจูงใจที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมความต้องการของมนุษย์ ที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ของ Maslow. (1970) ซึ่งเป็นทฤษฎีความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ที่มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการจูงใจ ซึ่งทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง ตามลำดับความสำคัญ ในขณะที่ความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะต้องมีความต้องการขั้นสูงขึ้น ซึ่งแบ่งระดับความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับจากต่ำไปสูง ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.1



รูปภาพที่ 2.1 แสดงลำดับขั้นความต้องการมนุษย์ ของ Maslow
ที่มา : Maslow (1970)

ซึ่งสามารถอธิบายความหมายของแต่ละลำดับขั้นได้ ดังต่อไปนี้

- ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) คือ ความต้องการขั้นพื้นฐาน ที่จำเป็นในการมีชีวิตอยู่ เช่น ต้องการน้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เป็นต้น
- ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and Security Needs) คือ ความต้องการความปลอดภัยที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สถานะทางสังคม
- ความต้องการทางสังคม (Social and Belongingness Needs) คือ ความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการความเคารพนับถือ เป็นความต้องการให้คนในสังคมยอมรับนับถือ มีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท คือ อันดับแรกความต้องการมีพลังเข้มแข็ง ความสำเร็จ ความเก่ง และความมีอิสรเสรีภาพ อันดับที่สอง คือ ความต้องการมีชื่อเสียงเกียรติยศ มีฐานะที่ได้รับความยอมรับนับถือของคนอื่นให้ความเชื่อถือและให้ความสำคัญ

- ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) เป็นความต้องการความสำเร็จในสิ่งต่างๆ เป็นความสามารถในระดับที่มนุษย์จะกระทำได้อย่างดีความต้องการในระดับนี้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อภายหลังจากความต้องการต่างๆ ได้รับการตอบสนองแล้ว เป็นระดับความต้องการสูงสุด โดยต้องใช้ความสามารถอย่างเต็มที่

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีข้างต้นเกี่ยวกับการจูงใจ สรุปได้ว่า การจูงใจหมายถึง สิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความต้องการด้านต่างๆ ของบุคคล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความคาดหวัง

2.3.2 การรับรู้

Garrison and Magoon (1972) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งสมองตีความหรือแปลข้อความที่ได้จากการสัมผัส (Sensation) ของร่างกาย (ประสาทสัมผัสต่าง ๆ) กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งเร้า ทำให้เราทราบว่าสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมที่เราสัมผัสนั้นเป็นอย่างไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร ฯลฯ การที่เราจะรับรู้สิ่งเร้าที่มาสัมผัสได้นั้น จะต้องอาศัยประสบการณ์ของเราเป็นเครื่องมือช่วยในการตีความหมาย หรือแปลความหมาย

Schiffman and Kanuk (1991) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลทำการเลือกรวบรวม แปลความหมาย และสร้างภาพของสิ่งเร้าขึ้นๆ ขึ้น โดยมีการรับสัมผัสสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง ตามแนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สิ่งเร้าคือ ตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ การโฆษณา หรือ การขาย เป็นต้น

อุดม ทุมไธสิต (2554) กล่าวถึง การรับรู้เป็นพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ โดยจะเห็นได้ว่าการรับรู้เป็นการวิเคราะห์ตีความเพื่อทำความเข้าใจข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งบุคคลจะอาศัยข้อมูลการรับรู้ที่ได้รับมาซึ่งสิ่งที่เคยรับรู้ในอดีตและเก็บในความทรงจำ ตลอดจนส่งผลต่อความคาดหวังในอนาคตด้วย

จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับการรับรู้สามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลสัมผัสกับสิ่งเร้าจากภายนอก ส่งผลให้สมองตีความหมาย หรือแปลความหมายออกมา เพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งนั้น ๆ และส่งผลไปถึงความคาดหวังในอนาคต

2.3.3 การเรียนรู้

Etzel, Walker and Stanton (2001) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการรับรู้และประสบการณ์

Schiffman and Kanuk (2000) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง ขั้นตอนซึ่งบุคคลได้นำความรู้และประสบการณ์ ไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า และพฤติกรรมผู้บริโภคหรือหมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมาการเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response).

จำรอง เงินดี (2545) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างหนึ่งที่บุคคลได้ผ่านประสบการณ์หรือการฝึกหัดมา อันก่อให้เกิดผลของการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร

Ruhl (2021) กล่าวถึง ทฤษฎีการเรียนรู้ ของ Bloom's Taxonomy ว่ามนุษย์จะเกิดการ เรียนรู้พื้นฐาน 3 ด้านคือ ด้านกายภาพ ด้านสติปัญญา ด้านจิตวิทยา ซึ่งหลักการนี้ได้นำมาจำแนก เป้าหมายในการศึกษาในชื่อ “Taxonomy of Education” ดังนี้

1) พุทธิพิสัย (Cognitive Domain) หมายถึง พฤติกรรมอันเกี่ยวกับสมองมีความเกี่ยวข้องกับ สติปัญญา ความนึกคิด และความสามารถในการสร้างสรรค์อย่างเกิดประสิทธิภาพ สามารถแบ่งได้ เป็น 6 ระดับคือ ความจำ (Knowledge) ความเข้าใจ (Comprehension) การนำไปปรับใช้ (Application) การวิเคราะห์ (Analysis) การสังเคราะห์ (Synthesis) และ การประมวลผล (Evaluation)

2) จิตพิสัย (Affective Domain) หมายถึง ค่านิยม ทศนคติความเชื่อ คุณธรรมและ จริยธรรม ซึ่งพฤติกรรมในด้านนี้จะไม่เกิดขึ้นทันทีแต่จะเกิดขึ้นเมื่อผ่านการเรียนการสอนใน สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยและสอดแทรกสิ่งดีควบคู่กันไป จะสามารถทำให้พฤติกรรมของผู้รับการ เรียนรู้เปลี่ยนแปลงไปตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ประกอบเป็นพฤติกรรมย่อย คือ การรับรู้การตอบสนอง การเกิดค่านิยม การจัดระบบ บุคลิกภาพ

3) ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) หมายถึง พฤติกรรมที่บอกถึงประสิทธิภาพใน การทำงาน เช่น ความคล่องแคล่ว กระจับกระจ่าง และ ความชำนาญ โดยใช้คุณภาพและระยะเวลา เป็นตัววัดระดับ ประกอบด้วย การรับรู้การกระทำตามแบบการหาความถูกต้อง การปฏิบัติงานอย่าง ต่อเนื่องหลังการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรมชาติ

จากความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้สามารถสรุปได้ว่า การเรียนรู้ คือ สิ่งที่เกิด จากการได้รับการรับรู้ มาเป็นประสบการณ์ โดยบุคคลจะเกิดการสังเคราะห์และปรับเปลี่ยนผ่านการ แสดงออกทางพฤติกรรม

2.3.4 บุคลิกภาพ

จากทฤษฎีแรงจูงใจของ Sigmund Freud (Freud's Theory of Motivation) ให้ ความหมายของบุคลิกภาพ ว่าเป็นลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคลที่แตกต่างกัน ลักษณะดังกล่าวจะ นำไปสู่การตอบสนองสภาพแวดล้อม ซึ่งบุคลิกภาพสามารถนำไปเป็นตัวแปรในการวิเคราะห์ พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคได้

Mowen and Minor (1998) กล่าวว่า จิตใจของมนุษย์นั้น มี 3 องค์ประกอบร่วมกันที่เป็น ผลลัพธ์ด้านบุคลิกภาพของมนุษย์ ได้แก่

1. อิด คือ แรงขับตามสัญชาตญาณดิบของมนุษย์ที่แฝงอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล เช่นความ หิว ความเหนื่อยล้า โดยอิดจะทำงานเพื่อตอบสนองสัญชาตญาณดิบของมนุษย์โดยไม่มีกติกาคควบคุม ดังนั้นการแสดงออกของอิดในด้านบุคลิกภาพ จะออกมาในรูปแบบความก้าวร้าว เอาแต่ใจตนเอง ไม่ นึกถึงบุคคลอื่น

2. ซุปเปอร์อีโก้ คือ มโนธรรมของมนุษย์โดยมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ และถูกปลูกฝังมาในวัยเด็ก ซุปเปอร์อีโก้เป็นสิ่งที่คานอำนาจของอิด ทำให้เกิดการยับยั้งชั่งใจ และเกิด การแสดงออกของบุคลิกภาพที่ สุภาพ สุขุม มีมารยาท เป็นพฤติกรรมที่เหมาะสมตามกรอบสังคม

3. อีโก้ คือ สติหรือความมีเหตุผล คำนึงถึงสถานการณ์จริงในปัจจุบัน อีโก้จึงเป็นเครื่อง ควบคุมความสมดุลระหว่างอิดและซุปเปอร์อีโก้ โดยทำให้สามารถตอบสนองทางด้านบุคลิกภาพที่ เหมาะสมตามสถานการณ์

อรุณรัก ครอบเชื้อ (2557) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึงคุณลักษณะทางกายและพฤติกรรมที่แสดงออกต่อบุคคลอื่นทั้งลักษณะกริยาทาทาง การแสดงออกทางอารมณ์ความคิดเจตคติ ตลอดจนพฤติกรรมและปฏิกิริยาตอบสนองทั้งทางกายและทางจิตใจโดย บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมีลักษณะค่อนข้างคงตัว ซึ่งใครมีบุคลิกภาพอย่างไรจะเป็นอย่างนั้นตลอดไป

ศรีเรื่อน แก้วกังวาล (2551) กล่าวว่า บุคลิกภาพ คือลักษณะ เฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่างๆ ทั้งส่วนภายนอกและส่วนภายใน ส่วนภายนอก คือส่วนที่มองเห็น ชัดเจน เช่นรูปร่าง หน้าตา กิริยามารยาท การแต่งตัว วิธีพูดจา การนั่ง การยืน ฯลฯ และส่วนภายใน คือส่วนที่มองเห็นได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ ประจำตัว ความใฝ่ฝัน ปรารถนา ปรัชญาชีวิต ค่านิยม ความสนใจ ฯลฯ ลักษณะต่างๆของบุคลิกภาพ ไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆ ออกจากกันโดยเด็ดขาด ทุกๆลักษณะของบุคลิกภาพของมนุษย์ถูกหล่อ หลอมและประสมประสานด้วยพันธุกรรม วัฒนธรรม การเรียนรู้ วิธีปรับตัวของบุคคลและสิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นนามธรรมและวัตถุธรรม บุคลิกภาพของมนุษย์ไม่ว่าด้านใดๆ เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมทั้งทางสังคมและทางวัตถุธรรม บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมี ทั้งส่วนที่เป็นลักษณะผิวเผินและส่วนที่เป็นนิสัยที่แท้จริง บางส่วนของบุคลิกภาพถูกซ่อนเร้น หรือถูก ปิดบังอำพรางโดยจงใจและไม่จงใจ บุคลิกภาพของบุคคลมีทั้งส่วนร่วมซึ่งเป็นส่วนร่วมซึ่งเป็นลักษณะสากลของมนุษย์ทุกชาติทุกภาษา และมีส่วนซึ่งเป็นลักษณะที่เรียกกันว่า “เฉพาะตัว”

จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับบุคลิกภาพสามารถสรุปได้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะ ส่วนบุคคลที่แสดงออกมาทั้งทางอารมณ์และพฤติกรรม โดยผ่านการถูกหล่อหลอมจากประสบการณ์ การเรียนรู้

2.3.5 ทักษะคิด

Kotler (2003) กล่าวว่า ทักษะคิดเป็นความรู้สึก อารมณ์ และวิวัฒนาการในด้านความชอบหรือไม่ชอบของบุคคล การแสดงออกจึงมีความโน้มเอียงไปยังนิสัยหรือความรู้สึกนึกคิดบางอย่างได้

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวถึง ทักษะคิดว่าเป็นความโน้มเอียงที่บุคคลเรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยที่ทัศนคติของบุคคลจะสะท้อนมุมมองที่เขามีต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคน สิ่งของ สถานการณ์ ขณะเดียวกันทัศนคติก็นจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล โดยที่ทัศนคตินี้มีหน้าที่สำคัญ คือ การตัดสินใจถึงผลประโยชน์ การแสดงตัวตนและค่านิยมของบุคคล ทำหน้าที่ปกป้องตัวตนและความรู้สึกของตนเอง หรือเป็นเสมือนกรอบสำหรับอ้างอิงที่บุคคลสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการตีความและทำความเข้าใจต่อสิ่งต่าง ๆ

Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลเรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยที่ทัศนคติจะสะท้อนมุมมองที่เขามีต่อสภาพแวดล้อมขณะเดียวกันทัศนคติก็นจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล ซึ่งทัศนคติของบุคคลมีลักษณะดังนี้

1. ทักษะคิดที่เป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. ทักษะคิดที่เป็นเรื่องของสิ่งที่สะสมอยู่ในความคิดของบุคคล
3. ทักษะคิดจะค่อนข้างคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงง่าย
4. การรับรู้ข้อมูลเพิ่มขึ้น หรือมีการปรับตัวของบุคคลจะทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Schiffman and Kanuk (2010) ได้แบ่งองค์ประกอบของ ทักษะคิดเป็น 3 ส่วน คือ

1. ความเข้าใจ (cognitive component) ความรู้ (knowledge) การรับรู้ (perception) และความเชื่อถือ (beliefs)
2. ส่วนของความรู้สึก (affective component) หมายถึง อารมณ์ (emotion) หรือความรู้สึก (feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. ส่วนของพฤติกรรม (conative component)

จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับทักษะคิดสามารถสรุปได้ว่า ทักษะคิด หมายถึง ความเชื่อของผู้รับบริการ ที่แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดที่จะเป็นไปได้ อันเป็นจุดมุ่งหมายที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งจะเป็นความจริงหรือไม่จริงก็ได้ ความเชื่อนี้อาจเกิดจากความรู้อารมณ์ความรู้สึก หรือศรัทธา ก็ได้ และอาจมีอารมณ์ความรู้สึก หรือความสะเทือนใจ เข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

Oliver (1999) กล่าวว่า ความจงรักภักดีคือข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ เนื่องจากเกิดความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ

Aaker (1991) กล่าวว่า ความภักดีต่อตราสินค้า เป็นสิ่งที่แสดงถึงความยึดมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นองค์ประกอบของคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ที่สำคัญที่สุดของ คุณค่าตราสินค้า เพราะหากผู้บริโภคไม่เห็นความแตกต่างของสินค้าแต่ละตรา ก็จะเป็นเหตุผลให้ผู้บริโภค ตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าอื่น แต่ถ้าผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้าในระดับสูงผู้บริโภคมีการซื้อสินค้า อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์การ ต่อการใช้สินค้าก็สามารถลดต้นทุนทางการตลาดให้กับตราสินค้านั้น กิจกรรมมีอำนาจในการต่อรองกับ ร้านค้าและยังช่วยปกป้องตราสินค้าต่อการคุกคามจากคู่แข่ง อันจะเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพทาง การตลาดของตราสินค้านั้น

Hawkins, Roger และ Coney (2001) กล่าวว่า ความภักดีต่อตราสินค้า หมายถึง การซื้อตราสินค้าหนึ่งตราสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากมีความรู้สึกทางอารมณ์ต่อ ตราสินค้านั้นอยู่ด้วย ตามทฤษฎี คุณค่า และ เบนจามาต เป็นบุญ (2555) กล่าวว่า ความจงรักภักดี หมายถึง ข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งของลูกค้ำที่จะให้การอุปถัมภ์สินค้า หรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอซึ่งความจงรักภักดีนี้นอกจากจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การซื้อของลูกค้ำแล้วยังเกี่ยวข้องกับ ทักษะคิดของลูกค้ำที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ หากลูกค้ำมีทักษะคิดที่ดีต่อสินค้าและบริการ และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวระหว่างลูกค้ำกับองค์กร แล้วจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรม การซื้อซ้ำ สม่ำเสมอ

ศรีภักญญา มงคลศิริ (2547) กล่าวว่า การพัฒนาเลื่อนระดับความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคนั้น ควรทำการวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ระดับขั้นแห่งความพึงพอใจ (Satisfaction Level) คือ การวัดระดับขั้นความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการศึกษาค้นหาปริมาณและธรรมชาติของความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction Level) ที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า การศึกษาในประเด็นนี้ อาจมุ่งค้นหาว่า ผู้บริโภคไม่ พึงพอใจตราสินค้าในประเด็นใด ความรู้สึกไม่พอใจส่งผลต่อพฤติกรรมหรือทัศนคติต่อตราสินค้าให้ เปลี่ยนแปลงอย่างไร เป็นต้น

2. ระดับชั้นแห่งความชอบ (Liking Level) คือ การวัดระดับชั้นความชอบที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า สามารถใช้มาตรวัดความชอบ (Liking Scale) มาช่วยในการศึกษา เนื่องจากผู้บริโภคทั่วไปจะมี ความรู้สึกต่อตราสินค้าในลักษณะสอดคล้องกับมาตรวัด (Scale) ดังกล่าว เป็น 5 ลำดับชั้น ลำดับชั้นต่ำสุดคือ 1 และชั้นความชอบสูงสุดอยู่ที่ลำดับ 5 คือลำดับชั้นที่ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและเชื่อมั่น (Trust) ในตราสินค้านั้น

3. ระดับชั้นแห่งความผูกพัน (Commitment Level) คือ การศึกษาความผูกพันในระดับลึกที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า จะแสดงออกด้วยการมีส่วนร่วมต่าง ๆ ในกิจกรรมที่ตราสินค้าจัดขึ้น สังเกตเห็น ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของตราสินค้าอย่างชัดเจน และมีส่วนร่วมในการบอกต่อเพื่อให้ผู้อื่นชื่นชอบต่อตรา สินค้าเช่นเดียวกันกับตน

Oliver (1999) กล่าวว่า การวัดระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในแต่ละองค์ประกอบ มีความจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตตามระดับทัศนคติของลูกค้าที่รู้สึกต่อสินค้าและบริการด้วย โดยการประเมินระดับทัศนคติ ประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 ลำดับชั้น ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อตราสินค้า ซึ่งหมายถึง ความเชื่อ (Beliefs)
2. ความรู้สึกพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทัศนคติ (Attitude)
3. ความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะซื้อทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หมายถึง พฤติกรรม (Conation) ดังนั้น แนวความคิดเกี่ยวกับความจงรักภักดี คือการเชื่อมโยงระหว่างทัศนคติที่ยอมรับกัน อย่างกว้างขวางกับพฤติกรรม

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ หมายถึง การที่ผู้รับบริการมีทัศนคติในเชิงบวก หลังจากได้รับบริการไปแล้ว ซึ่งตัวแปรที่บอกได้ถึงความจงรักภักดีของผู้รับบริการคือ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ มีการกลับมาใช้บริการซ้ำ และบอกต่อบุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการ

2.4.1 ความพึงพอใจ

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทางด้านอารมณ์โดยรวม ซึ่งทำให้ลูกค้าสัมผัสถึงความแตกต่างระหว่างความรู้สึกก่อนและหลังการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler, 2009) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2009) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลว่ารู้สึกพอใจ ถูกใจ หรือผิดหวัง อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่ได้รับรู้จากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของบุคคลนั้นๆ ดังนั้นระดับความพึงพอใจจะสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างผลงานที่ได้รับรู้กับความคาดหวัง

จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับความพึงพอใจสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจ ของผู้รับบริการ เมื่อได้มาใช้บริการ และมีความรู้สึกว่าการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านบางแหวนสามารถทำให้ผู้รับบริการบรรลุเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

อัมพล ชูสนุก และคณะ (2560) ได้กล่าวว่า การซื้อซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อซ้ำในสินค้าเดิมอีกโดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มีก่อนหน้านี้ การซื้อซ้ำของผู้บริโภคสามารถช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าลงได้และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเติบโตในส่วนแบ่งการตลาดของแบรนด์ผู้ผลิต

Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2006) กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจต่อสินค้าจะมีผลต่อพฤติกรรมที่ตามมา ถ้าลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะมีโอกาสอย่างมากที่เขาหรือเธอจะซื้อสินค้าซ้ำอีก

Hellier, Phillip K., Geursen, Gus M., Carr, Rodney A. and Rickard, John A. (2003) นิยามของการตั้งใจซื้อซ้ำไว้คือ เป็นลักษณะของการตัดสินใจโดยส่วนบุคคลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำอีกครั้งต่อมา โดยทำการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากบริษัทเดิมโดยในการตัดสินใจซื้อครั้งแรกมักจะเป็นตัวชี้วัดหรือคาดการณ์พฤติกรรมในการซื้อซ้ำครั้งต่อมาได้

จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ สามารถสรุปได้ว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ผู้รับบริการมีประสบการณ์ที่ดีต่อการบริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจ ทำให้ผู้รับบริการเกิดการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

2.4.3 แนะนำบอกต่อ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1996) กล่าวว่า พฤติกรรมการบอกต่อ (Words of Mouth Communication) หมายถึง การพูดถึงความประทับใจหรือพูดในสิ่งที่ดีที่เกี่ยวกับการบริการและผู้ให้บริการขององค์กร รวมถึงการแนะนำสนับสนุน และกระตุ้นให้ผู้อื่นหรือผู้ที่สนใจใช้บริการนั้นด้วย

Pong and Yee (2001) กล่าวว่า คำบอกเล่า (Words of Mouth) เป็นการวัดผลของความจงรักภักดีที่ดีและมีประสิทธิภาพซึ่งการบอกเล่านี้รวมถึงการแนะนำบอกต่อไปยังผู้อื่นด้วย รวมถึงการปกป้องเมื่อมีผู้กล่าวถึงบริษัทในทางเสียหายโดยการเล่าประสบการณ์ดีๆ

Rosen (2002) อธิบายถึงความสำคัญของการสื่อสารแบบบอกต่อจากพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ว่าผู้บริโภคแทบไม่ได้รับฟังข้อมูลจากเจ้าของสินค้า เมื่อทำการตัดสินใจซื้อ ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคพบเห็นโฆษณามากมายในแต่ละวันเป็นจำนวนมากเกินไป (Information overload) จึงไม่มีเวลาใส่ใจใน ทุกสิ่งทีนั้นการตลาดนำเสนอ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกที่จะรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการมาก่อน

จากความหมายข้างต้นเกี่ยวกับการแนะนำบอกต่อ สามารถสรุปได้ว่า การแนะนำบอกต่อ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากการรับบริการแล้ว ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้มีการแนะนำบุคคลอื่นเข้ามาใช้บริการ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยในประเทศ

ทิพย์สุนทร์ ศรีลาธรรม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในเขตอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในเขตอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่มารับบริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลจำนวนทั้งหมด 232 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์โคสแควร์และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในภาพรวม ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.8 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.2 ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) ได้แก่ ความคาดหวังต่อการให้บริการ การรับรู้ต่อการให้บริการ อาชีพและรายได้ ผลการศึกษาครั้งนี้เสนอแนะให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในพื้นที่ มีการส่งเสริมคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้มากขึ้น ในด้านการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการโดยการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร ในด้านเจ้าหน้าที่ต้องให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ

อรประไพ คงประชา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (7P) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการให้บริการของธุรกิจคลินิกกายภาพบำบัด ให้ดียิ่งขึ้น โดยกลุ่มประชากรเป้าหมายที่ใช้ทำ การศึกษา คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการสำรวจด้วยการรวบรวมแบบสอบถาม ซึ่งมีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 402 ชุด ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรม ด้าน การบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากรและการแต่งกาย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ในส่วนการทดสอบสมมติฐานด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมด้านการบอกต่อการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ในขณะที่เพศที่ต่างกันมีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยระดับการแสดงออกด้านการบอกต่อมากกว่าเพศชาย

รัตนกนก ไวยศิลป์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพการบริการ ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความจงรักภักดีของลูกค้าต่อโรงพยาบาลเอกชน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหา เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เข้าใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชน 5 แห่งในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 417 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001–30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อ จงรักภักดีต่อโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐฎาพร สถิต และ นิตนา ฐานิตธนกร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการและการอ้างอิงบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ที่ศูนย์मितซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการ และการอ้างอิงบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ศูนย์मितซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้บริการศูนย์मितซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่จำนวน 160 คน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุผล การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ศูนย์मितซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และการอ้างอิงบอกต่อ ในขณะที่คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการการสร้างความมั่นใจ และความเอาใจใส่ ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าศูนย์मितซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่

โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ และการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถามปลายปิดที่มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ และมีค่าความเชื่อถือเท่ากับ 0.962 ในการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการเป็นประจำที่โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 220 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนและแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ก) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ข) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และปัจจัยความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไว้วางใจ ค) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านมันใจ การบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ความไว้วางใจและความพึงพอใจ โดยรวมปัจจัยคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี

นวัตกรรม แซ่จิว (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสงขลา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยากับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านขายอะไหล่รถจักรยานยนต์กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้ที่เข้ามาใช้บริการร้านขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสงขลาจำนวน 386 คน เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้ค่า t-test, F-test. และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการร้านขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสงขลาที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพการสมรสอาชีพ ต่างกัน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยากับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านขายอะไหล่รถจักรยานยนต์ในภาพรวมมีค่าความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ร้อยเอกหญิง สุมิตตรา ทองมิตร (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า (2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อมิติปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า (3) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อมิติปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าของคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า (4) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อมิติปัจจัยด้านภาพลักษณ์การบริการของคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า (5) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ คลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อเท็จจริงกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าจำนวน 400 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงตุลาคม พ.ศ. 2562 เป็นระยะเวลา 2 เดือน การวิจัยนี้ศึกษาโดยประยุกต์ใช้แบบจำลอง SERVQUAL สำหรับการประเมินคุณภาพการบริการของคลินิกพิเศษ เฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ประยุกต์ใช้แบบจำลองคุณค่าของตราสินค้าของอาร์เคอร์ (Aaker, 1991) สำหรับการประเมินคุณค่าตราสินค้าของคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า และประยุกต์ใช้เกณฑ์ของสตีฟและคูก (Steve and Cook, 1995) สำหรับการประเมินภาพลักษณ์การบริการของคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวมทุกมิติปัจจัยเท่ากับ 4.12 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าโดยรวมทุกมิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัย เท่ากับ 3.76 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์การบริการโดยรวมทุกมิติปัจจัยเท่ากับ 3.82 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จากผลวิเคราะห์ของการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มิติปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้ามากที่สุดคือ ด้านราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ ร้อยละ 26.50 รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ ร้อยละ 22.00 ด้าน ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับรวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการร้อยละ 21.60 และอันดับสุดท้ายคือด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ ร้อยละ 20.90 ตามลำดับ สำหรับมิติปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่มีอิทธิพลต่อผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความ น่าเชื่อถือในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ ด้านการรู้จักชื่อตราสินค้า ด้านคุณภาพที่ถูกรับรู้ ด้านความสัมพันธ์ กับตราสินค้าและความภักดีต่อตราสินค้า

ช่อดาว เมืองพรหม (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ 2) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ 3) ศึกษาข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการประเภทผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลธนบุรี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการและด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน พบว่า ประชาชนมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน

มาลินี ปันตี (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการจากโรงพยาบาลในหอผู้ป่วยในในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเส้นทางของปัจจัยด้านการรับรู้ คุณภาพการบริการที่ได้รับจากพยาบาล การรับรู้ราคาค่าบริการทางการแพทย์พยาบาลจากพยาบาล และความพึงพอใจการบริการจากพยาบาลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการผู้ป่วยในในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลางกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับบริการผู้ป่วยในที่กลับมารับบริการซ้ำในเดือนมีนาคม ถึงเมษายน พ.ศ. 2562 และมีอายุมากกว่า 18 ปี จำนวน 469 ราย ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลอิทธิพลเส้นทางตามสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบอิมิตัว ($X^2 = 0.00$, $df = 0$, $P\text{-value} = 1.00$, $RMSEA = 0.00$) โดยพบว่า ตัวแปรด้านการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจากพยาบาลและด้านการรับรู้ราคาค่าบริการทางการแพทย์พยาบาลจากพยาบาล มีอิทธิพลเส้นทางเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการผู้ป่วยใน โดยอิทธิพลเส้นทางอ้อมผ่านความพึงพอใจการบริการโดยรวมจากพยาบาล ($DE = 0.45$, $IE = 0.09$, $TE = 0.54$; $DE = 0.20$, $IE = 0.04$, $TE = 0.24$ ตามลำดับ) ส่วนตัวแปรด้านความพึงพอใจการบริการจากพยาบาลมีอิทธิพลเส้นทางตรงต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการผู้ป่วยใน ($DE = 0.17$) และปัจจัยทุกตัวสามารถทำนายความจงรักภักดีของผู้รับบริการได้ร้อยละ 50 ($R^2 = 0.50$)

จุฑามาส สะท้อนดี (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี 2) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลที่มีต่อความภักดีผู้ใช้บริการ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการผ่านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล เป็นข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไปของโรงพยาบาลวิภาวดี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสองตัวแปร และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อยู่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่อะหว่าง 30,001-40,000 บาท ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นธรรมของการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 3 ลำดับ มากที่สุด คือ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพบริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี พบว่าคุณภาพบริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลทดสอบสมมติฐานภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี พบว่า ความชำนาญในทางกระบวนการรักษาและด้านภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชยทัต สุชาติกุลวิทย์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการสมาชิกของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่าเพิ่มของลูกค้าต่อบัตรสมาชิกห้างสรรพสินค้า ภาพลักษณ์ คุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้า ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าต่อบัตรสมาชิกห้างสรรพสินค้า เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละปัจจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มห้างสรรพสินค้าในเครือเซ็นทรัล และกลุ่มห้างสรรพสินค้าในเครือเดอะมอลล์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชาชนที่ถือครองบัตรสมาชิก The One Card และ/หรือ บัตรสมาชิก M Card โดยกลุ่มตัวอย่างต้องมีอายุ 18 ปี ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 405 คน ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมของการรับรู้คุณค่าเพิ่มต่อบัตรสมาชิกห้างสรรพสินค้า ภาพรวมของความพึงพอใจต่อบัตรสมาชิกห้างสรรพสินค้า และภาพรวมของความภักดีต่อบัตรสมาชิกห้างสรรพสินค้าจัดอยู่ในระดับมาก ภาพรวมของภาพลักษณ์ห้างสรรพสินค้า และภาพรวมของคุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้าจัดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก จากการศึกษาสามารถนำไปสู่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อห้างสรรพสินค้า โดยห้างสรรพสินค้าควรมีการนำเสนอข้อมูลส่วนลดสินค้า และบริการให้ลูกค้าได้เข้าใจอย่างชัดเจน ควรสนใจและทำการจัดสรรค่าแก่กลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุ 18-30 ปี และกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ 15,001 –30,000 บาท เป็นกลุ่มเป้าหมาย

ธนวัฒน์ แก่นจำปา (2562) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าศูนย์ตรวจสุขภาพของพนักงานในโรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการของศูนย์ตรวจสุขภาพโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด 2) เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ 3) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จำนวน 399 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การทดสอบจำแนกเป็นรายคู่ และใช้สมการพหุคูณโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจโดยรวม ด้านพฤติกรรมการตอบสนอง ภาระต้อรื้อรันโดยรวม ด้านความไว้วางใจโดยรวม ด้านศักยภาพทางด้านการแพทย์และบุคลากรโดยรวม ด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวม ด้านความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือโดยรวม ด้านภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม ด้านข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีโดยรวม และด้านการสื่อสารโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) เพศแตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของศูนย์ตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงานที่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญ 0.05 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของศูนย์ตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงานด้านความคิดเห็นของลูกค้า ได้แก่ การบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ ศักยภาพทางด้านการแพทย์และบุคลากร ความไว้วางใจ ความทันสมัยของอุปกรณ์และเครื่องมือ การสื่อสาร และการตอบสนอง ภาระต้อรื้อรัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อมรรัตน์ แยมรส และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ คุณค่าตราสินค้าต่อความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์และขนาดอิทธิพลของคุณภาพบริการ คุณค่าตราสินค้าต่อความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรม (2) เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ คุณค่าตราสินค้าต่อความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ที่เป็นผู้ใช้บริการมากกว่า 1 ครั้งในโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 5 แห่งโดยวิธีจัดสรรโควตา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรม ด้วยการใช้การถดถอยเชิงพหุผลการศึกษาพบว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความจงรักภักดีที่ประกอบด้วย ตัวแปร 3 ตัวคือความจงรักภักดี คุณภาพบริการ และคุณค่าตราสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.24-0.67 โดยค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพบริการกับคุณค่าตราสินค้ามีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.67 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแบบซึ่วัดมีค่า Chi-square = 10.089, Chi-square/ df = 1.261, df = 8, p = .259, GFI = .994, CFI = .999, RMR = .004, RMSEA = .026, MFI = .997 และผลของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์หัตถิพลพบว่าคุณภาพบริการมีหัตถิพลทางตรงต่อคุณค่าตราสินค้าและมีหัตถิพลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรมโดยส่งผ่านคุณค่าตราสินค้าจากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ (ผู้ป่วย) ทั้งในเชิงทัศนคติและพฤติกรรมต้องมีรากฐานมาจากการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

ณรงคฤทธิ์ เลิศชัยรัตน์ และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และ3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการหรือเคยใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.983 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และภาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจากผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ต่างกัน ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และพื้นที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ 3) ปัจจัยจิตวิทยา ด้านการจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านความเชื่อมั่น และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ธนชพร จินดา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการไต่ยืนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความมุ่งหมายเพื่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการไต่ยืนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้บริการร้านกาแฟที่มีผลต่อความจงรักภักดี เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาความรับผิดชอบต่อที่มีผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุรายได้ต่อเดือน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกัน มีความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการไต่ยืนแตกต่างกัน ส่วนเพศแตกต่างกัน มีความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการไต่ยืนไม่แตกต่างกัน 2) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้และด้านความใส่ใจ 3) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่น ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้และด้านการสนองลูกค้า 4) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับความจงรักภักดี ได้แก่ ด้านการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ด้านการจัดการ สิ่งแวดล้อม และ ด้านนวัตกรรมและการเผยแพร่ข่าวการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม 5) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่น ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และด้านนวัตกรรมและการเผยแพร่ข่าวการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม

โตพล กมลรัตน์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R2) เท่ากับ 0.896 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ ร้อยละ 89.60 และเมื่อพิจารณาเป็นราย ด้านพบว่า มี 4 ด้าน คือ ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและด้านความเชื่อถือได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์

ภัทรภา เสงวทรัพย์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล และ 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ป่วยนอก จำนวน 359 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัย พบว่า 1) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านความสะดวก รองลงมาคือ ด้านอัยยาศัยผู้ให้บริการ ด้านการประสานงาน ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการสุขภาพ และด้านค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ 2) คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือ และ 3) คุณภาพการให้บริการในภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล อยู่ในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ภาณุวัฒน์ คชสิงห์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าร้านกาแฟ Stand Alone แบบ Non-Franchise ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา ร้านกาแฟ FIFTY FIVE FIVE การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ที่ อันได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) และด้านราคา (Perceived Price Value) ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกาแฟ Stand Alone แบบ Non-Franchise ในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาถึงความจงรักภักดี อันได้แก่ ความพึงพอใจ (Satisfaction) การซื้อซ้ำ (Repurchase) และการบอกต่อ (Word of Mouth) ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกาแฟ Stand Alone แบบ Non-Franchise ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านกาแฟ FIFTY FIVE FIVE ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 140 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถาม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติที่เหมาะสมโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ มาตรฐานวัดแบบมาตรฐานประมาณค่า ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และจากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เฉลี่ยแล้วซื้อกาแฟ จำนวน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ เข้าใช้บริการช่วงก่อนเวลา 09.00 น. ใช้บริการต่อครั้งใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที เลือกดื่มเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ใส่น้ำตาลน้อยครั้งละ 100-200 บาท ชำระเงินในรูปแบบเงินสด รู้จักร้านกาแฟด้วยตนเอง ใช้บริการโดยซื้อกลับไปดื่ม และปัจจัยสาเหตุหลักที่ทำให้เลือกซื้อกาแฟจากร้านกาแฟจากทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน สะดวกสบาย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ พบว่า ความมีอิทธิพลด้านคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าร้านกาแฟ FIFTY FIVE FIVE ด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกาแฟ Stand Alone แบบ Non-Franchise ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับที่ 0.05

อัปปาส พาสิเขตต์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พักใน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พักในอำเภอเบตงจังหวัดยะลาและ 2) เพื่อศึกษาโมเดลสมการเชิงสาเหตุของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พักในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา เก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยมาใช้บริการที่พักในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา จำนวน 264 ตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการเลือกแบบตามสะดวกหรือสมัครใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพรวมค่าเฉลี่ยของคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความภักดีอยู่ในระดับมาก และ 2) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พัก มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยคุณภาพการบริการและความพึงพอใจส่งผลทางบวกต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พัก ซึ่งปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลสูงสุดต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พัก

2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Arab, Tabatabaei, Rashidian, Forushani and Zarei (2012) ได้ศึกษาเรื่อง The Effect of Service Quality on Patient loyalty: a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา มิติคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลตามมุมมองของผู้ป่วย และระดับความสำคัญของมิติคุณภาพการให้บริการในการพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ป่วย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้แก่ ผู้ป่วยจำนวน 943 คน จากโรงพยาบาล 8 แห่ง ในกรุงเตหะราน ประเทศอิหร่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามจำนวน 24 ข้อ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและความจงรักภักดีของผู้ป่วย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและสถิติถดถอย (Exploratory factor analysis) ผลการสำรวจพบว่าค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการและความจงรักภักดีของผู้ป่วย อยู่ที่ระดับ 3.99 และ 4.16 จากคะแนนเต็ม 5 และการมารับบริการของผู้ป่วย มีผลต่อตัวแปรที่ศึกษาในด้านคุณภาพการให้บริการ 4 ด้าน ได้แก่ ราคา กระบวนการ การปฏิสัมพันธ์ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งตัวแปรด้านคุณภาพทำให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเตหะราน ประเทศอิหร่าน ข้อค้นพบดังกล่าวนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ของคุณภาพการให้บริการที่สามารถรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้าใหม่ในตลาดบริการสุขภาพให้กับโรงพยาบาลได้

Kusuma, Hadiwidjojo, Wiagustini and Rohman (2013) ได้ศึกษาเรื่อง Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ป่วย และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ป่วย โดยมีประชากรที่ศึกษาคือ ผู้ป่วยที่เข้ารับบริการที่โรงพยาบาลเอกชนชั้นนำที่ผ่านการรับรองคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน (การรักษาโรคทั่วไป การดูแลผู้ป่วยฉุกเฉิน การบริหารจัดการ การดูแลทางการพยาบาล และงานเวชระเบียน) และมีอัตราการครองเตียงของผู้ป่วย ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ในเดนมปซาร์ เครื่องมือที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง ได้แก่การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ Generalized Structured Component Analysis (GSCA) ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในเชิงบวกของผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญ และการดำเนินงานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีผลต่อคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ป่วย

Yakup Durmaz (2014) ได้ศึกษาเรื่อง The Impact of Psychological Factors on Consumer Buying Behavior and an Empirical Application in Turkey. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ที่มีผลกระทบต่อปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่นับวันจะมีความสำคัญมากขึ้น โดยการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภคในตุรกี จำนวน 7 ภูมิภาค ภูมิภาคละ 2 จังหวัด ทำการสำรวจแบบตัวต่อตัว จังหวัดละ 100 คน รวมทั้งหมด 1,400 คน เข้าร่วมในการสำรวจ ข้อมูลที่ได้จากผลลัพธ์จะถูกวิเคราะห์และตีความโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในการศึกษาประกอบไปด้วยคำถามแบบเลือกตอบสำหรับแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแบบตอนเข้ามุม (funnel technique) โดยเริ่มจากข้อมูลทั่วไป ถึงข้อมูลพิเศษ ซึ่งปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อถูกตรวจสอบในสามส่วนด้วยกันได้แก่ แนวคิดโดยทั่วไปจะได้รับการอธิบายในเวลาสั้น ๆ จากนั้นปัจจัยทางจิตวิทยาที่ว่ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคด้วยวิธีทางทฤษฎี สุดท้ายผลการสำรวจซึ่งเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินการในธุรกิจที่มีการวิเคราะห์ความถี่และตีความโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ ได้แก่ แรงจูงใจ และความเชื่อของบุคคล และปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ ได้แก่ การเรียนรู้ และการรับรู้ พบว่าระดับความชอบในการซื้อเป็นความพอใจระดับสูง ผู้บริโภคมีข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและสิทธิของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อเพราะทำให้ตัวเองมีความสุขโดยที่ไม่คิดถึงคนอื่น การเชิญชวนของคนขายไม่มีอิทธิพลต่อการซื้อของเขา ความสนุกสนานเพลิดเพลินในการซื้อสินค้าและบริการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้

Ida Ayu Werdiningsih Kesuma, Djumilah Hadiwidjojo, Ni Luh Putu Wiagustini and Fatchur Rohman (2013) ได้ศึกษาเรื่อง Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar) ใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นและวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS (version 16.0) ใช้เทคนิคสุ่มอย่างง่ายในการเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม จากผู้ป่วยที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในช่วงเวลาของการวิจัย การวิเคราะห์ปัจจัยโดยการสกัดองค์ประกอบหลักโดยใช้วิธีการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblimin) ร่วมกับการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser Normalization rotation) ถูกใช้ในการประเมินปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย การตัดสินใจซื้อจะขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ซื้อ ได้แก่ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางจิตวิทยา ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของผู้ป่วยได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น ทัศนคติของพยาบาลต่อผู้ป่วยความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วโดยไม่ทำให้เสียเวลาความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลแก่ผู้ป่วยและความพร้อมของอุปกรณ์ที่ทันสมัย ความสามารถในการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงของโรงพยาบาล การตอบสนองต่อกรณีฉุกเฉินความอดทนของแพทย์เพื่ออธิบายสิ่งที่ผิดพลาดกับผู้ป่วยก่อนให้การรักษาโดยละเอียดเพื่อให้ผู้ป่วยมีข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับยาและความน่าเชื่อถือและความสะอาดของโรงพยาบาลเป็นสิ่งสำคัญ

Rama Koteswara, Rao Kondasani and Rajeev Kumar Panda (2015) ได้ศึกษาเรื่อง Customer perceived service quality, satisfaction and loyalty in Indian private healthcare การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่นำไปสู่ความภักดีต่อผู้ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพ ทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนอินเดีย 5 แห่ง จำนวน 475 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ปัจจัยการถดถอยและสถิติสหสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าและความภักดีผู้รับบริการ พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการที่มีคุณภาพกับผู้ให้บริการ เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกและการมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ของลูกค้า

Selim Ahmed , Kazi Md. Tarique and Ishtiaque Arif (2017) ได้ศึกษาเรื่อง Service quality, patient satisfaction and loyalty in the Bangladesh healthcare sector. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของผู้ป่วย และความภักดีในภาคการดูแลสุขภาพของบังคลาเทศ โดยทำการศึกษาปัจจัยที่สอดคล้องกับคุณภาพการบริการ การดูแลสุขภาพ ความพึงพอใจของผู้ป่วยและความภักดีขึ้นอยู่กับลักษณะประชากร เช่น เพศ อายุและสถานภาพ ที่มีความแตกต่างระหว่างภาครัฐและเอกชนด้านการดูแลสุขภาพเกี่ยวกับคุณภาพการบริการความพึงพอใจของผู้ป่วยและความภักดี ทำการศึกษาโดยการแจกแบบสอบถาม 450 ชุดด้วยตนเอง ได้คำตอบที่ผู้ป่วยส่งให้โรงพยาบาลจำนวน 204 คำตอบที่เป็นประโยชน์ (อัตราการตอบสนองเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 45.3) จากนั้นทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากตัวแปรอิสระ t-test, ANOVA และการเลือกปฏิบัติ ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 23 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ป่วยสถานภาพโสดรับรู้ถึงความยุ่งยากความน่าเชื่อถือความเอาใจใส่และความรักดีที่สูงขึ้น เมื่อเทียบกับผู้ป่วยที่แต่งงานแล้ว ผู้ป่วยที่อายุน้อย 20ปี มีความยุ่งยากสูงขึ้นเอาใจใส่และรักดี คะแนนเปรียบเทียบกับกลุ่มอายุอื่น ๆ ผู้เขียนสังเกตว่าผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนรับรู้เรื่องการดูแลสุขภาพ และคุณภาพการบริการที่สูงเมื่อเทียบกับผู้ป่วยในโรงพยาบาลของรัฐ

Appalayya Meesala and Justin Paul (2017) ได้ศึกษาเรื่อง Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่สุดในโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการที่จะช่วยให้ผ่านพ้นวิกฤตและประสบความสำเร็จความสำเร็จในอนาคต การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการโดยใช้ข้อมูลจากผู้รับบริการที่ได้รับบริการจากโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 40 แห่งในไฮเดอราบัดประเทศอินเดีย ความมีตัวตนความน่าเชื่อถือการตอบสนองการรับรองและการเอาใจใส่ (มิติคุณภาพการบริการ) ความพึงพอใจของผู้ป่วยและความรักดีต่อโรงพยาบาลเป็นตัวแปรที่นำมาพิจารณาในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้เครื่องมือ AMOS V20 เพื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยและความรักดีต่อโรงพยาบาล ผลการวิจัยพบว่าความน่าเชื่อถือและการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย ความพึงพอใจของผู้ป่วยเกี่ยวข้องโดยตรงกับความรักดีของผู้ป่วยต่อโรงพยาบาล สถานภาพสมรส อายุ และเพศไม่มีผลกระทบต่อน้ำหนักการถดถอยของตัวแปรที่วิเคราะห์

Darnus Djaya , Farida Jasfar, Hamdy Hady (2018) ได้ศึกษาเรื่อง The Effect of Healthcare Service Quality, Hospital Image and Experience Economic on Worth of Mouththrough BPJS Patient Perception Type B Hospital in West Java. การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพการบริการด้านสุขภาพเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ประสบการณ์ทางเศรษฐกิจ และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (WOM) ผ่านการพบผู้ป่วย นอกจากนี้ยังมีการทดสอบบทบาทของผู้ป่วยในฐานะผู้ไกล่เกลี่ยและผลกระทบเชิงสัมพันธ์ แบบจำลองที่เสนอในการศึกษานี้ได้รับการทดสอบโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ป่วย Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (สมาชิก BPJS) จำนวน 302 คน โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ซึ่งเป็นประสบการณ์ตรงของเป้าหมายการวิจัย งานวิจัยนี้พบว่าภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ประสบการณ์ทางเศรษฐกิจ และการรับรู้ของผู้ป่วย มีผลกระทบโดยตรงต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก (WOM) ในขณะที่คุณภาพของบริการสุขภาพมีการรับรู้ของผู้ป่วยเป็นสื่อกลางที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก WOM หรือควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ประสบการณ์ทางเศรษฐกิจ และการรับรู้ของผู้ป่วย ผู้บริหารโรงพยาบาลจึงต้องดำเนินการเกี่ยวกับคุณภาพบริการของโรงพยาบาลควบคู่กับการบริหารภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลและนำแนวคิดประสบการณ์ทางเศรษฐกิจมาใช้เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้ป่วยและสร้างการสื่อสารแบบปากต่อปาก ในผู้ป่วยให้มากที่สุด

Assila Anis Asnawi, Zainudin Awang, Asyraf Afthanorhan, Mahadzirah Mohamad and Fazida Karim (2019) ได้ศึกษาเรื่อง The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty. จากจำนวนโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ สถานการณ์เช่นนี้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากโรงพยาบาลในสังกัดเพื่อมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาลให้เป็นที่น่าสนใจและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ป่วย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความจงรักภักดีของผู้ป่วย ฉะนั้นการให้บริการที่มีคุณภาพจะทำให้ผู้ป่วยพึงพอใจและเกิดความภักดีที่จะใช้บริการต่อไป การศึกษางานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลที่มีต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ป่วยในโรงพยาบาล ในรัฐตรังگانู ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐาน การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าแม้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลจะไม่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ป่วย แต่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อความพึงพอใจของผู้ป่วย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยส่งผลกระทบอย่างมากต่อความจงรักภักดีของผู้ป่วย นอกจากนี้พบว่าคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ป่วย ดังนั้นคุณภาพการบริการระดับสูงของโรงพยาบาลจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ป่วยและมีผลในเชิงบวกและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาลเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ป่วย

A. Shie, Yung-Fu Huang, Guang Li, Wenjuan Lyu, Ming-Jeng Yang, You-Yu Dai, Zhao-Hui Su and Y. Wu (2022) ได้ศึกษาเรื่อง Exploring the Relationship Between Hospital Service Quality, Patient Trust, and Loyalty From a Service Encounter Perspective in Elderly With Chronic Diseases. การศึกษานี้รวมพื้นฐานทางทฤษฎีสำหรับปัจจัยต่างๆ เช่น คุณภาพการบริการและลักษณะของอุตสาหกรรมบริการโรงพยาบาล เพื่อพัฒนามาตรฐานส่วนแบบจำลองการวิจัยเพื่อตรวจสอบว่าคุณภาพของบริการโรงพยาบาลส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ป่วยต่อการพบบริการสุขภาพหรือไม่ ความไว้วางใจ และความภักดี ในปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์ ผู้ป่วยให้ความสำคัญกับคุณภาพของบริการทางการแพทย์และการบริการที่ดีจากบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ป่วย โรงพยาบาลจำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพการบริการของตนเองและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อความไว้วางใจของผู้ป่วย เพื่อให้สามารถปรับปรุงความพึงพอใจและความภักดีของแพทย์และผู้ป่วยได้ ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษานี้พบว่าการศึกษาที่ผ่านมาส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ประเด็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการทางการแพทย์และความพึงพอใจของผู้ป่วย แต่ไม่สนใจที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับบริการทางการแพทย์กับความไว้วางใจและความภักดีของผู้ป่วย รวมทั้งการขาดเครื่องมือวัดทางวิทยาศาสตร์สำหรับการบริการในอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์ของจีน ดังนั้น การศึกษานี้จึงใช้มาตรวัดการวิจัยการพัฒนาทฤษฎีการเผชิญหน้าบริการและทฤษฎีคุณภาพบริการเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับกรณีทั่วไปของโรงพยาบาลระดับตติยภูมิของจีน โดยศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 4 ตัวแปร ได้แก่ การรับบริการ คุณภาพบริการ ความไว้วางใจเกี่ยวกับการบริการ และความภักดีโดยใช้แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ สุดท้ายสรุปได้ว่าคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลยิ่งมากเท่าไรก็ยิ่งได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามากขึ้นเท่านั้น

2.6 สรุป

จากการค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ

ตำบล ในจังหวัดชุมพรสามารถสรุปได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 ข้อสรุปแนวคิดทฤษฎี

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
คุณภาพการ บริการ	Ahn, Ryu & Han (2007)	คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ระดับความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า หรือบริการ
	Wisher and Corney (2001)	การตัดสินใจวิจัยเกี่ยวกับการเป็นเลิศของบริการ (superiority of the service)
	Crosby (1988)	การดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง ตอบสนอง ตรงตามความต้องการ และทราบความต้องการของลูกค้า
	โสธยา พูลเกษ (2550)	คุณลักษณะที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของบริการที่ทำให้ ให้ผู้รับบริการรับรู้ได้ว่ามีความโดดเด่น หรือเกินกว่าความ คาดหวังเป็นที่น่าประทับใจและเป็นที่ยึดคล้อยกับความ ต้องการของผู้ที่มารับบริการ
	วิรัตน์ ชนะสิมมา และทตมัล แสงสว่าง (2564)	คุณภาพที่หน่วยงานของรัฐส่งมอบให้แก่ประชาชนในแง่มุมมอง ของการบริการ
	พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคา กุล (2561)	การให้บริการที่ดี ประกอบด้วย 1.ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) 2.ความสุภาพ มีมารยาท (Courtesy) 3.ความคงเส้นคงวา (Consistency) 4.การเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) 5.การตอบสนอง (Responsiveness) 6.ความครบถ้วนสมบูรณ์(Completeness) 7. เวลา (Timeliness)
	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985)	การวัดคุณภาพบริการ ประกอบด้วย 10 มิติ 1) ลักษณะการบริการ 2) ความไว้วางใจ 3) ความกระตือรือร้น 4) สมรรถนะ 5) ความมีไมตรี 6) ความน่าเชื่อถือ 7) ความปลอดภัย 8) การเข้าถึงบริการ 9) การติดต่อสื่อสาร 10) การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990)	SERVQUAL ใหม่ 5 มิติในการวัดคุณภาพบริการ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) 5) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy)
	ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม (2559)	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ได้แก่ความคาดหวังต่อ การให้บริการ การรับรู้ต่อการให้บริการ
	ณัฐภาพร สถิต และ นิตนา ฐานิตธนกร (2560)	คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการการสร้าง ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมา ใช้บริการซ้ำของลูกค้า
	ร้อยเอกหญิง สุมิตตรา ทองมิตร (2562)	มิติปัจจัย ที่ไม่มีอิทธิพลต่อผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะ ทางนอกเวลาราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความ น่าเชื่อถือ ในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการรู้จักชื่อตราสินค้า ด้านคุณภาพที่ถูกรับรู้ ด้านความสัมพันธ์ กับตราสินค้าและ ความภักดีต่อตราสินค้า
	ช่อดาว เมืองพรหม (2562)	ประชาชนมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ของโรงพยาบาลธนบุรีภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้าน ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด
	จุฑามาส สะท้อนดี (2562)	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความ เป็นธรรมของการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก
	ธนวัฒน์ แก่นจำปา (2562)	ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความ จงรักภักดี ความคิดเห็นของลูกค้า ได้แก่ การบริการลูกค้า ด้วยความเต็มใจ ศักยภาพทางด้านการแพทย์และบุคลากร ความไว้วางใจ ความทันสมัยของอุปกรณ์และเครื่องมือ การ สื่อสาร และการตอบสนอง กระตือรือร้น
	โตพล กมลรัตน์ (2564)	คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจ มี 4 ด้าน คือ ด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ ด้านการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและ ด้านความเชื่อถือได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	ภัทรปภา เสงวทรัพย์ และคณะ (2564)	คุณภาพการให้บริการในภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
	ภาณุวัฒน์ คชสิงห์ (2564)	คุณภาพที่รับรู้ด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า
	อับบาส พาเลียเขตต์ (2565)	ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลสูงสุดต่อความ ภักดีของผู้มาใช้บริการ
	Arab, Tabatabaei, Rashidian, Forushani and Zarei (2012)	ตัวแปรด้านคุณภาพทำให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ป่วยใน โรงพยาบาล
	Kusuma, Hadiwidjojo, Wiagustini and Rohman (2013)	การให้บริการที่มีคุณภาพมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในเชิง บวกของผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญ และการดำเนินงานของการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีผลต่อคุณภาพบริการที่ส่งผล ต่อความจงรักภักดีของผู้ป่วย
	Assila Anis Asnawi, Zainudin Awang, Asyraf Afthanorhan, Mahadzirah Mohamad and Fazida Karim (2019)	คุณภาพการบริการระดับสูงของโรงพยาบาลจะมีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ป่วยและมีผลในเชิง บวกและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาลเป็นปัจจัย สำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ป่วย
	A. Shie, Yung-Fu Huang, Guang Li, Wenjuan Lyu, Ming- Jeng Yang, You-Yu Dai, Zhao-Hui Su and Y. Wu (2022)	คุณภาพการบริการของโรงพยาบาลยิ่งมากเท่าไรก็ยิ่งได้รับ ความไว้วางใจจากลูกค้ามากขึ้นเท่านั้น
ปัจจัยทาง จิตวิทยา	Schiffman and Kanuk (2010)	Schiffman and Kanuk. (2010) ระบุว่า ปัจจัยทาง จิตวิทยาประกอบด้วย การตั้งใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทศนคติ
	Schiffman and Kanuk (2010)	แรงจูงใจ คือ พลังกระตุ้นหรือแรงขับเคลื่อนภายในของ บุคคลหนึ่งซึ่งกระตุ้นให้บุคคลหนึ่งปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุ จุดประสงค์บางอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	ชาญศิลป์ วาสนุญา (2546)	แรงจูงใจ คือ พลังทั้งจากภายในและภายนอกซึ่งช่วยกระตุ้นพฤติกรรมให้บุคคลทำในสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายด้วยความเต็มใจและเป็นไปตามกระบวนการจูงใจของแต่ละบุคคล
	เกษราพร รักษาสัตย์ (2564)	แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่ทำให้ที่บุคคลเกิดความคาดหวัง โดยอาจจะเกิดมาจากแรงกระตุ้นต่าง ๆ และความต้องการที่จะทำให้สำเร็จตามที่คาดหวังได้ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวัง
	Arnold และ Reynol (2003) อ้างถึงใน เพทาย พงษ์ประดิษฐ์ (2559)	ผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจ ด้านความสุขออกเป็น 6 ประเภท 1. ความรู้สึกตื่นเต้นในการซื้อสินค้า (Adventure shopping) 2. การคำนึงถึงสังคม (Social shopping) 3. ความพึงพอใจ (Gratification shopping) 4. การใช้ความคิด (Idea shopping) 5. บทบาท (Role shopping) 6. การรู้ถึงคุณค่า (Value shopping)
	Maslow (1970)	แรงจูงใจ แบ่งเป็น 5 ระดับ - ความต้องการทางด้านร่างกาย - ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย - ความต้องการทางสังคม - ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) - ความต้องการความสำเร็จในชีวิต(Self-actualization)
	Garrison and Magoon (1972)	การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่สมองตีความ หรือแปลข้อความที่ได้จากการสัมผัส (Sensation) ของร่างกาย (ประสาทสัมผัสต่าง ๆ) กับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเร้า
	Schiffman and Kanuk. (1991)	การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลทำการเลือก รวบรวม แปลความหมาย และสร้างภาพของสิ่งเร้าขึ้น โดยมีการรับสัมผัสสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และผิวหนัง ตามแนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค นั้นสิ่งเร้าคือ ตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ การโฆษณา หรือ การขาย
	อุดม ทุมโฆสิต (2554)	การรับรู้ที่ได้รับผลานสิ่งที่เคยรับรู้ในอดีตและเก็บในความทรงจำ ตลอดจนส่งผลต่อความคาดหวังในอนาคตด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	Etzel และคณะ (2001)	การเรียนรู้หมายถึง พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของ ผู้บริโภครวม ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์
	Schiffman & Kanuk. (2000)	การเรียนรู้ หมายถึง ขั้นตอนซึ่งบุคคลได้นำความรู้และ ประสบการณ์ไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า และพฤติกรรม การบริโภคหรือหมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจาก ประสบการณ์ที่ผ่านมามีการเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อ บุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการ ตอบสนอง (Response)
	จำรอง เงินดี (2545)	การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างหนึ่งที่บุคคลได้ผ่าน ประสบการณ์หรือการฝึกหัดมา อันก่อให้เกิดผลของการ เปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร
	Ruhl (2021)	ทฤษฎีการเรียนรู้ ของ Bloom's Taxonomy ว่ามนุษย์จะ เกิดการเรียนรู้พื้นฐาน 3 ด้านคือ ด้านกายภาพ ด้าน สติปัญญา ด้านจิตวิทยา
	Mowen and Minor. (1998)	จิตใจของมนุษย์นั้น มี 3 องค์ประกอบรวมกันที่เป็นผลลัพธ์ ด้านบุคลิกภาพของมนุษย์ ได้แก่ 1) อิต คือแรงขับตามสัญชาตญาณดิบของมนุษย์ที่แฝงอยู่ใน ตัวของแต่ละบุคคล 2) ซุปเปอร์อีโก้ คือ มโนธรรมของมนุษย์โดยมีความรู้สึกผิด ชอบชั่วดี 3) อีโก้ คือ สติหรือความมีเหตุผล
	อรุณรัก ครองเชื้อ (2557)	บุคลิกภาพ หมายถึงคุณลักษณะทางกายและพฤติกรรมที่ แสดงออกต่อบุคคลอื่นทั้งลักษณะกริยาท่าทาง การ แสดงออกทางอารมณ์ความคิดเจตคติตลอดจนพฤติกรรม และปฏิกิริยาตอบสนองทั้งทางกายและทางจิตใจโดย บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมีลักษณะค่อนข้างคงตัว ซึ่งใคร มีบุคลิกภาพอย่างไรจะเป็นอย่างนั้นตลอดไป
	ศรีเรื่อน แก้วกังวาล (2551)	บุคลิกภาพ คือลักษณะ เฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่างๆ ทั้งส่วนภายนอกและส่วนภายใน ส่วนภายนอก คือส่วนที่ มองเห็น ชัดเจน เช่นรูปร่าง หน้าตา กิริยามารยาท การ แต่งตัว วิธีพูดจา การนั่ง การยืน ฯลฯ และส่วนภายใน คือ ส่วนที่มองเห็นได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ ประจำตัว ความ ใฝ่ฝัน ปรารถนา ปรัชญาชีวิต ค่านิยม ความสนใจ ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	Kotler. (2003)	ทัศนคติเป็นความรู้สึก อารมณ์ และวิวัฒนาการในด้านความชอบหรือไม่ชอบของบุคคล การแสดงออกจึงมีความโน้มเอียงไปยังนิสัยหรือความรู้สึกนึกคิดบางอย่างได้
	ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550)	ทัศนคติ เป็นความโน้มเอียงที่บุคคลเรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ขณะเดียวกันทัศนคติก็นำมาซึ่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล โดยที่ทัศนคติมี ทำหน้าที่ปกป้องตัวตนและความรู้สึกของตนเอง หรือเป็นเสมือนกรอบสำหรับอ้างอิงที่บุคคลสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการตีความและทำความเข้าใจต่อสิ่งต่าง ๆ
	Schiffman and Kanuk. (2007)	ทัศนคติ หมายถึงแนวโน้มของการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความพึงพอใจหรือไม่พอใจ โดยทัศนคติของบุคคลจะสะท้อนมุมมองของเขามีสภาพแวดล้อม
	Schiffman and Kanuk. (2010)	องค์ประกอบของ ทัศนคติเป็น 3 ส่วน คือ 1) ความเข้าใจ (cognitive component) 2) ส่วนของความรู้สึก (affective component) 3) ส่วนของพฤติกรรม (conative component)
	ณรงค์ฤทธิ์ เลิศชัยรัตน์ และชัยฤกษ์ แก้ว พรหมมาลัย (2563)	ปัจจัยจิตวิทยา ด้านการจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านความเชื่อมั่น และด้านทัศนคติ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
	ภาณุวัฒน์ คชสิงห์ (2564)	ความมีอิทธิพลด้านคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า
	Yakup Durmaz (2014)	ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ ได้แก่ แรงจูงใจ และความเชื่อของบุคคล และปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ ได้แก่ การเรียนรู้ และการรับรู้
	Rama Koteswara, Rao Kondasani and Rajeev Kumar Panda (2015)	ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการที่มีคุณภาพกับผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกและการมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ของลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
ความ จงรักภักดี	Oliver. (1999)	ความจงรักภักดีคือข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อสินค้าหรือ บริการซ้ำเนื่องจากเกิดความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ ระดับความจงรักภักดีของลูกค้า ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ลำดับชั้น ได้แก่ 1) ความพึงพอใจต่อตราสินค้า ซึ่งหมายถึง ความเชื่อ (Beliefs) 2) ความรู้สึกพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทศนคติ (Attitude) 3) ความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะซื้อทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง กับผลิตภัณฑ์
	Aaker. (1991)	ความจงรักภักดี เป็นสิ่งที่แสดงถึงความยึดมั่นที่ผู้บริโภคมี ต่อตราสินค้า
	Hawkins, Roger, และ Coney. (2001)	ความจงรักภักดี หมายถึง การซื้อตราสินค้าหนึ่งตราสินค้า ใดอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากมีความรู้สึกทางอารมณ์ต่อ ตรา สินค้านั้นอยู่ด้วย
	ตามพรรณณ คุณคำ และ เบญจมาศ เป็น บุญ (2555)	หากลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการ และเกิด ความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวระหว่างลูกค้ากับองค์กร แล้ว จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำสม่ำเสมอ
	ศรีกาญญา มงคลศิริ (2547)	การพัฒนาเลื่อนระดับความภักดีต่อตราสินค้าของ ผู้บริโภค นั้น ควรทำการวัดตัวแปร 3 ชั้น ดังนี้ 1) ระดับชั้นแห่งความพึงพอใจ (Satisfaction Level) 2) ระดับชั้นแห่งความชอบ (Liking Level) 3) ระดับชั้นแห่งความผูกพัน (Commitment Level)
	Oliver (1980)	ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าทางด้านอารมณ์โดยรวม ซึ่งทำให้ ลูกค้าสัมผัสถึงความแตกต่างระหว่างความรู้สึกก่อนและ หลังการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ
	ศิริวรรณ เสรีรัตน์และ คณะ (2552)	ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็น ระดับความรู้สึกของลูกค้าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ
	Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2009)	ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลว่ารู้สึกพอใจ ถูกใจ หรือผิดหวัง อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบ ระหว่างผลงานที่ได้รับรู้จากสินค้าหรือบริการกับความ คาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจะสัมพันธ์กับ ความแตกต่างระหว่างผลงานที่ได้รับรู้กับความคาดหวัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	อัมพล ชูสนุก และ คณะ (2560)	การซื้อซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อซ้ำในสินค้า เดิมอีกโดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มีก่อนหน้านี้
	Philip Kotler and Kevin Lane Keller (2006)	ความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจต่อสินค้าจะมีผลต่อ พฤติกรรมที่ตามมา ถ้าลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะมีโอกาส อย่างมากที่เขาหรือเธอจะซื้อสินค้าซ้ำอีก
	Hellier, Phillip K., Geursen, Gus M., Carr, Rodney A. and Rickard, John A. (2003)	การตั้งใจซื้อซ้ำไว้คือ เป็นลักษณะของการตัดสินใจโดยส่วน บุคคลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำอีกครั้ง ต่อมา โดยทำการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากบริษัทเดิมโดย ในการตัดสินใจซื้อครั้งแรกมักจะเป็นตัวชี้วัดหรือคาดการณ์ พฤติกรรมในการซื้อซ้ำครั้งต่อมาได้
	Parasuraman, Zeithaml and Berry (1996)	พฤติกรรมการบอกต่อ หมายถึง การพูดถึงความประทับใจ หรือพูดในสิ่งที่ดีที่เกี่ยวกับการบริการและผู้ให้บริการของ องค์กร รวมถึงการแนะนำสนับสนุน และกระตุ้นให้ผู้อื่น หรือผู้ที่สนใจใช้บริการนั้นด้วย
	Pong and Yee (2001)	กล่าวว่า คำบอกเล่า เป็นการวัดผลของความจงรักภักดีที่ดี และมีประสิทธิภาพซึ่งการบอกเล่านั้นรวมถึงการแนะนำ บอกต่อไปยังผู้อื่นด้วย รวมถึงการปกป้องเมื่อมีผู้กล่าวถึง บริษัทในทางเสียหายโดยการเล่าประสบการณ์ดีๆ
	Rosen (2002)	การสื่อสารแบบบอกต่อจากพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่ว่า ผู้บริโภคแทบไม่ได้รับฟังข้อมูลจากเจ้าของสินค้า เมื่อทำการ ตัดสินใจซื้อ ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคพบเห็นโฆษณามากมายใน แต่ละวันเป็นจำนวนมากเกินไป จึงไม่มีเวลาใส่ใจใน ทุกสิ่งที นักการตลาดนำเสนอ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงหันมาเลือกที่จะรับ ฟังความคิดเห็นของเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีประสบการณ์ใน การใช้สินค้าหรือบริการมาก่อน
	อรประไพ คงประชา (2559)	ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรม ด้าน การบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัด เอกชนในกรุงเทพมหานคร จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากรและการแต่งกาย ปัจจัย ด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ
	รัตน์กนก ไวยศิลป์ (2559)	คุณค่าที่รับรู้และคุณภาพบริการส่งผลทางบวกต่อความพึง พอใจของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อ จงรักภักดีต่อโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561)	คุณภาพการบริการด้านจิตใจ การบริหารความสัมพันธ์กับ ผู้รับบริการ ความไว้วางใจและความพึงพอใจ โดยรวมปัจจัย คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับ ผู้รับบริการส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และ ความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัด ปทุมธานี
	มาลินี ปันตี (2562)	ตัวแปรด้านการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจากพยาบาล และด้านการรับรู้ราคาค่าบริการทางการแพทย์จาก พยาบาล มีอิทธิพลเส้นทางทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความ จงรักภักดีของผู้รับบริการผู้ป่วยใน โดยอิทธิพลเส้นทางอ้อม ผ่านความพึงพอใจการบริการโดยรวมจากพยาบาล
	จุฑามาส สะท้อนดี (2562)	ความชำนาญในทางกระบวนการรักษาและด้านภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ
	ธันวรัตน์ แก่นจำปา (2562)	ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความ จงรักภักดีของศูนย์ตรวจสุขภาพประจำปีของพนักงานด้าน ความคิดเห็นของลูกค้า ได้แก่ การบริการลูกค้าด้วยความ เต็มใจ ศักยภาพทางด้านการแพทย์และบุคลากร ความ ไว้วางใจ ความทันสมัยของอุปกรณ์และเครื่องมือ การ สื่อสาร และการตอบสนอง กระตือรือร้น
	อมรรัตน์ แยมรส และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสง อรุณ (2562)	การสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ (ผู้ป่วย) ทั้งในเชิงทัศนคติและพฤติกรรมต้องมีรากฐานมาจากการ พัฒนาคุณภาพการให้บริการ
	ธนัชพร จินดา (2563)	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี ได้แก่ ด้านสิ่งที่ สามารถจับต้องได้และด้านความใส่ใจ
	Appalayya Meesala and Justin Paul (2017)	ความน่าเชื่อถือและการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ป่วย ความพึงพอใจของผู้ป่วยเกี่ยวข้อง โดยตรงกับความภักดีของผู้ป่วยต่อโรงพยาบาล
	Darnus Djaya , Farida Jasfar, Hamdy Hady (2018)	ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ และการรับรู้ของผู้ป่วย มีผลกระทบโดยตรงต่อการสื่อสาร แบบปากต่อปาก (WOM) ในขณะที่คุณภาพของบริการ สุขภาพมีการรับรู้ของผู้ป่วยเป็นสื่อกลางที่มีอิทธิพลต่อการ สื่อสารแบบปากต่อปาก WOM หรือควบคุมไปกับภาพลักษณ์ ของโรงพยาบาล ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ และการรับรู้ ของผู้ป่วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัย	ชื่อผู้เขียน/ปี	ข้อความสรุป/ข้อค้นพบ
	Assila Anis Asnawi, Zainudin Awang, Asyraf Afthanorhan, Mahadzirah Mohamad and Fazida Karim (2019)	ความพึงพอใจของผู้ป่วยส่งผลกระทบต่อความ จงรักภักดีของผู้ป่วย นอกจากนี้พบว่าคุณภาพการให้บริการ ของโรงพยาบาลมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจและ ความจงรักภักดีของผู้ป่วย ดังนั้นคุณภาพการบริการ ระดับสูงของโรงพยาบาลจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและ ความจงรักภักดีของผู้ป่วยและมีผลในเชิงบวกและการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีของโรงพยาบาลเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้าง ความพึงพอใจให้กับผู้ป่วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 สรุปความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา					ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การภูมิใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ
ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม (2559)	คุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในเขตอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี	/	/	/	/	/		/						
อรประไพ คงประชา (2559)	ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร									/				/
รัตน์กนก ไวยศิลป์ (2559)	อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน	/	/	/	/	/		/		/		/		

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น									ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา				ความจงรักภักดี ของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การสนใจ	การรับรู้	การเรี่ยรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ
ณัฐภาพร สถิต และ นิตนา ฐานิตธนกร (2560)	คุณภาพบริการ และการอ้างอิงบอกต่อที่มี อิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้ บริการซ้ำที่ศูนย์मितซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่	/	/	/	/	/						/	
โสรัจจาธารา เถระพันธ์ (2561)	คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์ กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึง พอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล เอกชน ในจังหวัดปทุมธานี	/	/	/	/	/					/		
นวัตกรณ์ แซ่จิว. (2561)	ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจใน การเลือกใช้บริการร้านขายอะไหล่ รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสงขลา						/	/			/	/	

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น									ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา				ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การใส่ใจ	การรับรู้	รับรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ
สุमितตรา ทองมิตร (2562)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า	/	/	/	/	/	/				/		
ช่อดาว เมืองพรหม (2562)	ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี	/	/	/	/	/					/		
มาลินี ปันดี (2562)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการจากการพยาบาลในหอผู้ป่วยในในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลาง	/	/	/	/	/	/				/	/	/
จุฑามาส สะท้อนดี (2562)	ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี	/	/	/	/	/							/

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา					ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การภูมิใจ	การรับรู้	การรับรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ
โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561)	คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี	/	/	/	/	/					/			
นวัตกรณ์ แซ่จิว (2561)	ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านขายยอะไหล่รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสงขลา						/	/			/	/		
สุमितตรา ทองมิตร (2562)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า	/	/	/	/	/		/			/			

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น											ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา						ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การภูมิใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ	
ชยทัต สุชาติกุลวิทย์ (2562)	ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บัตรสมาชิกของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯ	/	/	/	/	/	/	/				/			
ธนวัฒน์ แก่นจำปา (2562)	คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าศูนย์ตรวจสุขภาพของพนักงานในโรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด	/	/	/	/	/						/	/	/	
อมรรัตน์ แยมรส และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ. (2562)	ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ คุณค่าตราสินค้าต่อความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรในเขตกรุงเทพมหานคร	/	/	/	/	/					/	/	/	/	

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา					ความจงรักภักดี ของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การตั้งใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ
ณรงคฤทธิ เลิศชัยรัตน์ และชัยฤกษ์ แก้ว พรหมมาลย์ (2563)	ปัจจัยสวนประสมทางการตลาดและปัจจัย จิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ 24 ชั่วโมงของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร						/	/	/		/			
ธนัชพร จินดา (2563)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้ คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยินใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	/	/	/	/	/					/			
โตพล กมลรัตน์. (2564)	คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์	/	/	/	/	/					/			

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา					ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การภูมิใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ
ภัทรปภา เสงวทรัพย์ และคณะ (2564)	คุณภาพการให้บริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล	/	/	/	/	/					/			
ภาณุวัฒน์ คชสิงห์ (2564)	ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าร้านกาแฟ Stand Alone แบบ Non-Franchise ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา ร้านกาแฟ FIFTY FIVE FIVE	/	/	/	/	/	/				/	/	/	
อับบ๊าส พาสิทธิ์ (2565)	คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่พักใน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา	/	/	/	/	/					/		/	

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา					ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การตั้งใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ
Arab, Tabatabaei, Rashidian, Forushani and Zarei (2012)	Arab, Tabatabaei, Rashidian, Forushani และ Zarei. (2012) The Effect of Service Quality on Patient loyalty: a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran	/	/	/	/	/					/	/	/	
Kusuma, Hadiwidjojo, Wiagustini and Rohman (2013)	Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar)	/	/	/	/	/					/	/	/	
Yakup Durmaz. (2014)	The Impact of Psychological Factors on Consumer Buying Behavior and an Empirical Application in Turkey.						/	/	/	/	/			

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม		
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา					ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ		
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การภูมิใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ
Ida , Djumilah, Ni Luh and Fatchur (2013)	Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar)	/	/	/	/	/	/			/				
Rama Koteswara, Rao Kondasani and Rajeev Kumar Panda (2015)	Customer perceived service quality, satisfaction and loyalty in Indian private healthcare	/	/	/	/	/	/			/	/			
Selim Ahmed , Kazi Md. Tarique and Ishtiaque Arif (2017)	Service quality, patient satisfaction and loyalty in the Bangladesh healthcare sector.	/	/	/	/	/								

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม			
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา					ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ			
		ความพึงพอใจต่อการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การภูมิใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ	
Appalayya Meesala and Justin Paul (2017)	Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future.	/	/	/	/	/	/								
Darnus Djaya , Farida Jasfar, Hamdy Hady (2018)	The Effect of Healthcare Service Quality, Hospital Image and Experience Economic on Worth of Mouththrough BPJS Patient PerceptionType B Hospital in West Java.								/					/	

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น											ตัวแปรตาม				
		คุณภาพการให้บริการ					ปัจจัยทางจิตวิทยา						ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ				
		ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	การภูมิใจ	การรับรู้	การเรียนรู้	บุคลิกภาพ	ทัศนคติ	ความพึงพอใจ	การกลับมาใช้บริการซ้ำ	แนะนำบอกต่อ			
Assila Anis Asnawi, Zainudin Awang, Asyraf Afthanorhan, Mahadzirah Mohamad และ Fazida Karim (2019)	The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty.	/	/	/	/	/	/	/									
A. Shie, Yung-Fu Huang, Guang Li, Wenjuan Lyu, Ming-Jeng Yang, You-Yu Dai, Zhao-Hui Su และ Y. Wu (2022)	Exploring the Relationship Between Hospital Service Quality, Patient Trust, and Loyalty From a Service Encounter Perspective in Elderly With Chronic Diseases.									/						/	

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research Method) จากประชากรในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร และทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎีจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ รายงานวิจัย วารสาร สิ่งตีพิมพ์ต่างๆ เพื่อนำมาประกอบในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในปีงบประมาณ 2565 จำนวน 272,167 คน (ระบบคลังข้อมูลการแพทย์และสุขภาพ. 2565) ที่เป็นผู้รับบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนจากประชากรจำนวน 272,167 คน โดยยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และสัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ซึ่งจากการคำนวณทางสถิติด้วยวิธีการของ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ตัวอย่าง จากการคำนวณด้วยสูตรดังต่อไปนี้

$$N = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + x^2 p(1-p)}$$

โดยที่

n	แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทนขนาดของกลุ่มประชากร
e	แทนระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05
x^2	แทนค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 ระดับความเชื่อมั่น 95% (3.841)
p	แทน สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (0.5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยืมได้เห็นว่าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แทนค่าได้ดังนี้

$$n = \frac{3.841 \times 272,167 \times 0.5 \times 0.5}{(0.0025 \times (272,167 - 1)) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างประชากรดังนี้

$$n = 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายแบบขั้นตอน (Multi-stage sampling) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกจากอำเภอที่มีผู้เข้ารับบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่มากที่สุด จำนวน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองชุมพร อำเภอท่าแซะ อำเภอหลังสวน และอำเภอสวี ดังตารางที่ 3.1

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ที่มีผู้เข้ารับบริการมากที่สุดในแต่ละอำเภอ ได้แก่ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล บางลึก โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลลานทอง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลแหลมทราย และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลด่านสวี ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่มีผู้รับบริการมากที่สุดในแต่ละอำเภอ

อำเภอ	โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	ประชากรที่เข้ารับบริการ
เมืองชุมพร	บางลึก	4,130
ท่าแซะ	ลานทอง	1,389
หลังสวน	แหลมทราย	1,896
สวี	ด่านสวี	3,411

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 3 ทำการแบ่งแบบสัดส่วนตามจำนวนประชากรในแต่ละโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลแสดงดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงการแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนประชากรในแต่ละอำเภอ

อำเภอ	โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	ประชากรที่เข้ารับบริการ	สัดส่วนผู้รับบริการ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เมืองชุมพร	บางลึก	4,130	38%	146
ท่าแซะ	ลานทอง	1,389	13%	50
หลังสวน	แหลมทราย	1,896	18%	69
สวี	ด่านสวี	3,411	31%	119
รวม		10,826	100%	384

ขั้นตอนที่ 4 ทำการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) จากประชากรในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลแบบเป็นระบบเว้นช่วง 1 জনครบตามจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง 384 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือดังต่อไปนี้
 ขั้นตอนที่ 1 ศึกษารวบรวมข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของงานวิจัย เพื่อให้ได้คำถามของแบบสอบถามที่ดีที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดประเด็น ขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ตามโครงสร้างของแบบสอบถามดังแสดงในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 โครงสร้างแบบสอบถาม

ส่วนที่ / ตัวแปร	จำนวน ข้อ	ข้อที่	มาตรวัด	ลักษณะ การตอบ
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	5	(1 - 5)	Nominal	เลือกตอบ
1.1 เพศ		(1)	Scale	
1.2 อายุ		(2)		
1.3 ระดับการศึกษา		(3)		
1.4 รายได้		(4)		
1.5 หลักประกันสุขภาพ		(5)		
ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการ	15	(6 - 20)	Interval	ประมาณค่า
2.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ		(6 - 8)	Scales	5 ระดับ
2.2 การตอบสนองความต้องการของ ผู้รับบริการ		(9 - 11)		
2.3 ความน่าเชื่อถือ		(12 - 14)		
2.4 ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ผู้รับบริการ		(15 - 17)		
2.5 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ		(18 - 20)		
ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางจิตวิทยา	15	(21 - 41)	Interval	ประมาณค่า
3.1 การจูงใจ		(21 - 23)	Scales	5 ระดับ
3.2 การรับรู้		(24 - 26)		
3.3 การเรียนรู้		(27 - 29)		
3.4 บุคลิกภาพ		(30 - 32)		
3.5 ทักษะคติ		(33 - 35)		
ส่วนที่ 4 ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ	9	(36 - 44)	Interval	ประมาณค่า
4.1 ความพึงพอใจ		(36 - 38)	Scales	5 ระดับ
4.2 การกลับมาใช้บริการซ้ำ		(39 - 41)		
4.3 แนะนำบอกต่อ		(42 - 44)		
ส่วนที่ 5 ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ	1	45		เติมข้อมูล
รวม		45		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended questions) โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ใช้มาตรการประเมินค่าของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) โดยส่วนที่ 2 - 4 มีการกำหนดค่าคะแนนของช่วงน้ำหนัก 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

เกณฑ์การแบ่งระดับคะแนนของแบบสอบถาม จะมีการนำคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อ มาแจกแจงความถี่ และหาค่าคะแนน จากนั้นจึงแบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยคำนวณจากสูตร

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}}$$

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้เกณฑ์แปลผลตามช่วงคะแนน ซึ่งคะแนนต่ำสุดในแต่ละข้อ เท่ากับ 1 คะแนน และคะแนนสูงสุดในแต่ละข้อ เท่ากับ 5 คะแนน

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้คำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นตามสูตรคำนวณดังกล่าวมาแล้ว ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละส่วน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามในแต่ละด้าน ได้แก่

4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	มาก
2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลความหมายด้วยเทคนิค 27% ของ จุง เตห์ ฟาน (Jung The Fen อ้างอิงใน ประคอง วรรณสูตร. 2542) ดังนี้

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าน้อยกว่า 1.00 หมายถึง ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าระหว่าง 1.00 – 2.00 หมายถึง ข้อมูลค่อนข้างกระจาย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่ามากกว่า 2.00 หมายถึง ข้อมูลมีการกระจายตัวมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เพื่อให้ได้ใช้เครื่องมือที่มีคุณภาพ ผู้ศึกษาได้การสร้างและทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า ข้อมูลจาก ตำรา เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ แบบสอบถาม โดยให้เนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. นำข้อมูลมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ทุกด้าน โดยเขียนข้อความคำถามต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องพร้อมทั้งแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรง (Validity) โดยให้มหาวิทยาลัยแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังมีรายชื่อในภาคผนวก ช่วยพิจารณาความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความคำถามกับวัตถุประสงค์ และหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิค IOC

สำหรับเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อความคำถามโดยใช้เทคนิค IOC มีค่าคะแนนดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

จากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรของโรวินเนลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton , 1977) ดังต่อไปนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดยที่

IOC แทนดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทนผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทนจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์สำหรับพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ถือว่าเหมาะสม สามารถใช้ได้ และข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.66 ต้องพิจารณาปรับปรุง หรือตัดออก โดยผลจากการวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือด้านความตรง ได้ค่า 0.90 จึงนำไปทดลองใช้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นต่อไป

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดลอง (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป โดยผลจากการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในภาพรวมทั้งฉบับ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา .940 จึงถือว่าแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมานี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามครั้งสุดท้ายและจัดทำเป็นฉบับจริงเพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลกับ

เอกสารนี้กลุ่มตัวอย่างที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถาม หลังจากที่ได้ผู้ศึกษาแจกแบบสอบถามและได้ข้อมูลครบจำนวนแล้ว จึงเก็บรวบรวมแบบสอบถามเพื่อนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ตามหลักสถิติต่อไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสร้างแบบสอบถาม
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรซึ่งเป็นผู้ที่เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีรายละเอียดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้อธิบายคุณลักษณะของสิ่งที่ต้องการศึกษากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ไม่สามารถอ้างอิงไปยังกลุ่มอื่นๆ ได้สถิติที่ใช้อธิบายคุณลักษณะของข้อมูลได้ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงอนุมาน (Interentail Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (H_1) ได้แก่ สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)
- 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยทางจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงอนุมาน (Interentail Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 (H_2) ได้แก่ สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร และ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาคูณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาคูณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 ผลการศึกษปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ให้พัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ ที่ทำให้เกิดความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางพร้อมคำบรรยาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

n=384		
เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	90	23.44
หญิง	294	76.56
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็น ร้อยละ 76.56 และเป็นเพศชาย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.44

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

n=384		
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.04
21-35 ปี	63	16.41
36-59 ปี	226	28.85
60 ปีขึ้นไป	91	23.70
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-59 ปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 28.85 รองลงมา อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 อายุ 21-35 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.41 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

n=384		
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	139	36.20
มัธยมศึกษา	164	42.71
อนุปริญญา	22	5.73
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	59	15.46
รวม	384	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.71 รองลงมา มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.46 และระดับอนุปริญญาตรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

n=384		
รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	156	40.63
10,000 – 15,000 บาท	154	40.10
15,001 – 20,000 บาท	43	11.20
20,000 บาท ขึ้นไป	31	8.07
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.63 รองลงมา คือ ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 และรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิทธิหลักประกันสุขภาพ

n=384		
สิทธิหลักประกันสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	36	9.38
หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า	312	81.25
ประกันสังคม	36	9.38
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 สิทธิข้าราชการและสิทธิประกันสังคมมีจำนวน 36 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.38 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2.1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

คุณภาพการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.05	0.63	มาก
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	4.10	0.71	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.13	0.61	มาก
ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	4.11	0.65	มาก
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	4.14	0.64	มาก
ภาพรวม	4.11	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$, S.D.=0.59) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.14$, S.D.=0.64) รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{x}=4.13$, S.D.=0.61) ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ($\bar{x}=4.11$, S.D.=0.65) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ($\bar{x}=4.10$, S.D.=0.71) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{x}=4.05$, S.D.=0.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ)

n=384

ด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน	1 (0.26)	7 (1.82)	122 (31.77)	171 (44.53)	83 (21.63)	3.85	0.78	มาก
2. การจัดสถานที่มีความสะอาด สะดวก สบายเหมาะสมต่อการ ให้บริการ	0 (0.00)	5 (1.30)	73 (19.01)	197 (51.30)	109 (28.39)	4.07	0.72	มาก
3. การมารับบริการที่โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบล ทำให้สะดวก ใกล้บ้าน ไม่รอนาน	0 (0.00)	4 (1.04)	47 (12.24)	187 (48.70)	146 (38.02)	4.24	0.70	มาก ที่สุด
ภาพรวม						4.05	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ) ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.05$, S.D.=0.63) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยการมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ทำให้สะดวก ใกล้บ้าน ไม่รอนาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.24$, S.D.=0.70) รองลงมา คือ การจัดสถานที่มีความสะอาด สะดวก สบายเหมาะสมต่อการให้บริการ ($\bar{x}=4.07$, S.D.=0.720) และเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน ($\bar{x}=3.85$, S.D.=0.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ)

n=384

ด้านการตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1 (0.26)	6 (1.56)	69 (17.97)	194 (50.52)	114 (29.69)	4.08	0.75	มาก
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	1 (0.26)	5 (1.30)	68 (17.71)	179 (46.61)	131 (34.11)	4.13	0.76	มาก
3. เจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการด้วยความเต็มใจ	0 (0.00)	3 (0.78)	58 (15.10)	198 (51.56)	125 (32.55)	4.14	0.70	มาก
ภาพรวม						4.10	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 4.10, S.D.=0.71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.14, S.D.=0.70) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว (\bar{x} =4.13, S.D.=0.76) และเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (\bar{x} =4.08, S.D.=0.75) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความน่าเชื่อถือ) $n=384$

ด้านความน่าเชื่อถือ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. การให้บริการเป็นไปตามเวลาราชการกำหนด	0 (0.00)	12 (3.13)	54 (14.06)	203 (52.86)	115 (29.95)	4.09	0.75	มาก
2. เจ้าหน้าที่ทำให้รู้สึกน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	0 (0.00)	7 (1.82)	53 (13.08)	198 (51.30)	127 (33.07)	4.16	0.72	มาก
3. การบริการมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด	0 (0.00)	5 (1.30)	57 (14.84)	208 (54.17)	114 (29.69)	4.12	0.70	มาก
ภาพรวม						4.13	0.61	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความน่าเชื่อถือ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$, S.D.=0.61) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเจ้าหน้าที่ทำให้รู้สึกน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.16$, S.D.=0.72) รองลงมา คือ การบริการมีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด ($\bar{X}=4.12$, S.D.=0.70) และการให้บริการเป็นไปตามเวลาราชการกำหนด ($\bar{X}=4.09$, S.D.=0.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ) $n=384$

ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการแก้ไขปัญหาตามที่ต้องการได้	0 (0.00)	6 (1.56)	68 (17.71)	195 (50.78)	115 (29.95)	4.09	0.70	มาก
2. เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	0 (0.00)	6 (1.56)	60 (15.63)	197 (51.30)	121 (31.51)	4.13	0.72	มาก
3. เจ้าหน้าที่เข้าใจความต้องการเร่งด่วนของผู้รับบริการ	0 (0.00)	7 (1.82)	65 (16.93)	196 (51.04)	116 (30.21)	4.10	0.73	มาก
ภาพรวม						4.11	0.65	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.11, S.D.=0.65) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าเจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.13, S.D.=0.72) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่เข้าใจความต้องการเร่งด่วนของผู้รับบริการ (\bar{x} =4.10, S.D.=0.73) และเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้บริการแก้ไขปัญหาตามที่ผู้รับบริการต้องการได้ (\bar{x} =4.09, S.D.=0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ)

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. การให้บริการมีความปลอดภัย	0 (0.00)	4 (1.04)	51 (13.28)	210 (54.69)	119 (30.99)	4.16	0.68	มาก
2. ผู้รับบริการมีความรู้สึกมั่นใจในการให้บริการ	0 (0.00)	6 (1.56)	56 (14.58)	196 (51.04)	126 (32.81)	4.15	0.72	มาก
3. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	1 (0.26)	4 (1.04)	58 (15.10)	205 (53.39)	116 (30.21)	4.12	0.71	มาก
ภาพรวม						4.14	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.14, S.D.=0.64) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยการให้บริการมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} =4.16, S.D.=0.68) รองลงมา คือ ผู้รับบริการมีความรู้สึกมั่นใจในการให้บริการ (\bar{x} =4.15, S.D.=0.68) และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน (\bar{x} =4.16, S.D.=0.68) ตามลำดับ

4.2.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

n=384

ปัจจัยทางจิตวิทยา	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการจูงใจ	4.13	0.66	มาก
ด้านการรับรู้	4.19	0.60	มาก
ด้านการเรียนรู้	4.16	0.60	มาก
ด้านบุคลิกภาพ	4.21	0.61	มากที่สุด
ด้านทัศนคติ	4.16	0.65	มาก
ภาพรวม	4.17	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.17$, S.D.=0.57) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านบุคลิกภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.21$, S.D.=0.61) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ ($\bar{x}=4.19$, S.D.=0.60) ด้านทัศนคติ ($\bar{x}=4.16$, S.D.=0.65) ด้านการเรียนรู้ ($\bar{x}=4.16$, S.D.=0.60) และด้านการจูงใจ ($\bar{x}=4.13$, S.D.=0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการจูงใจ)

n=384

ด้านการจูงใจ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ท่านได้รับการเชิญชวนให้มารับบริการเสมอ	3 (0.78)	10 (2.60)	72 (18.75)	201 (52.34)	98 (25.52)	4.00	0.79	มาก
2. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพอยู่เสมอ	0 (0.00)	9 (2.34)	58 (15.10)	182 (47.40)	135 (35.16)	4.15	0.73	มาก
3. ท่านสามารถมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย	4 (1.04)	5 (1.30)	50 (13.02)	164 (42.71)	161 (41.93)	4.23	0.80	มากที่สุด
ภาพรวม						4.13	0.66	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการจูงใจ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.13, S.D.=0.66) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าท่านสามารถมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} =4.23, S.D.=0.80) รองลงมา คือ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพอยู่เสมอ (\bar{X} =4.15, S.D.=0.73) และท่านได้รับการเชิญชวนให้มารับบริการเสมอ (\bar{X} =4.00, S.D.=0.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการรับรู้)

n=384

ด้านการรับรู้	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความสะอาดปราศจากเชื้อ	0 (0.00)	0 (0.00)	42 (10.94)	211 (54.95)	131 (34.11)	4.23	0.63	มากที่สุด
2. ท่านได้รับการติดตามเยี่ยมดูแลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพอยู่เสมอ	2 (0.52)	6 (1.56)	51 (13.28)	190 (49.48)	135 (35.16)	4.17	0.75	มาก
3. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเสมอ	2 (0.52)	3 (0.78)	46 (11.98)	210 (54.69)	123 (32.03)	4.17	0.70	มาก
ภาพรวม						4.19	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการรับรู้) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.19, S.D.=0.60) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความสะอาด ปราศจากเชื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} =4.23, S.D.=0.63) รองลงมา คือ ท่านได้รับการติดตามเยี่ยมดูแลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพอยู่เสมอ และท่านได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเสมอ มีค่าเฉลี่ยกัน (\bar{X} =4.17, S.D.=0.75 และ \bar{X} =4.17, S.D.=0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการเรียนรู้)

n=384

ด้านการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทำให้ท่านสามารถปฏิบัติตนในการดูแลสุขภาพได้ถูกต้อง	0	4	47	203	130	4.20	0.68	มาก
	(0.00)	(1.04)	(12.24)	(52.86)	(33.85)			
2. ท่านได้รับการส่งต่อที่สะดวก รวดเร็ว ในกรณีที่มีการรักษานั้นเกินขีดความสามารถของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	0	2	57	206	119	4.15	0.68	มาก
	(0.00)	(0.52)	(14.84)	(53.65)	(30.99)			
3. ท่านมั่นใจว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ	0	5	57	201	121	4.14	0.71	มาก
	(0.00)	(1.30)	(14.84)	(52.34)	(31.51)			
ภาพรวม						4.16	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการเรียนรู้) ในภาพรวมอยู่ในระดับ (\bar{X} =4.16, S.D.=0.60) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทำให้ท่านสามารถปฏิบัติตนในการดูแลสุขภาพได้ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} =4.20, S.D.=0.68) รองลงมา คือ ท่านได้รับการส่งต่อที่สะดวก รวดเร็ว ในกรณีที่มีการรักษานั้นเกินขีดความสามารถของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (\bar{X} =4.15, S.D.=0.68) และท่านมั่นใจว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ (\bar{X} =4.14, S.D.=0.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านบุคลิกภาพ)

n=384

ด้านบุคลิกภาพ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาดเรียบร้อย	0 (0.00)	3 (0.78)	45 (11.72)	186 (48.44)	150 (39.04)	4.26	0.69	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	0 (0.00)	1 (0.26)	40 (10.42)	203 (52.86)	140 (36.49)	4.26	0.64	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความ ซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามกฎระเบียบ	1 (0.26)	5 (1.30)	61 (15.89)	197 (51.30)	120 (31.25)	4.12	0.73	มาก
ภาพรวม						4.21	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านบุคลิกภาพ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.21$, S.D.=0.61) เมื่อพิจารณารายข้อ เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาดเรียบร้อย และเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน ($\bar{X}=4.26$, S.D.=0.69 และ $\bar{X}=4.26$, S.D.=0.64) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามกฎระเบียบ ($\bar{X}=4.12$, S.D.=0.73) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านทัศนคติ)

n=384

ด้านทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจต่อผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี	0 (0.00)	4 (1.04)	57 (14.84)	197 (51.30)	126 (32.81)	4.16	0.70	มาก
2. โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน	2 (0.52)	3 (0.78)	54 (14.06)	186 (48.44)	139 (36.20)	4.19	0.74	มาก
3. เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้รับบริการได้	1 (0.26)	3 (0.78)	65 (16.93)	194 (50.52)	121 (31.51)	4.12	0.72	มาก
ภาพรวม						4.16	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านทัศนคติ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.16$, S.D.=0.65) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้บริการด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.19$, S.D.=0.74) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจต่อผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ($\bar{x}=4.16$, S.D.=0.70) และเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้รับบริการได้ ($\bar{x}=4.12$, S.D.=0.72) ตามลำดับ

4.2.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

n=384

ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความพึงพอใจ	4.19	0.63	มาก
ด้านการกลับมารับบริการซ้ำ	4.16	0.67	มาก
ด้านการแนะนำบอกต่อ	4.14	0.67	มาก
ภาพรวม	4.17	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.17, S.D.=0.62) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} =4.19, S.D.=0.63) รองลงมา คือ ด้านการกลับมารับบริการซ้ำ (\bar{X} =4.16, S.D.=0.67) และด้านการแนะนำบอกต่อ (\bar{X} =4.14, S.D.=0.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความพึงพอใจ)

n=384

ด้านความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	2 (0.52)	4 (1.04)	58 (15.10)	206 (53.65)	114 (29.69)	4.11	0.73	มาก
2. ท่านได้รับความสะดวกสบายในการมารับบริการ	0 (0.00)	6 (1.56)	41 (10.68)	187 (48.70)	150 (39.06)	4.25	0.71	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่เป็นกันเอง มีความน่าไว้วางใจ	0 (0.00)	4 (1.04)	42 (10.94)	209 (54.43)	129 (33.59)	4.21	0.67	มากที่สุด
ภาพรวม						4.19	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านความพึงพอใจ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.19$, S.D.=0.63) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าท่านได้รับความสะดวกสบายในการมารับบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.25$, S.D.=0.71) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่เป็นกันเอง มีความน่าไว้วางใจ ($\bar{x}=4.21$, S.D.=0.67) และท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ($\bar{x}=4.11$, S.D.=0.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการกลับมารับบริการซ้ำ)

n=384

ด้านการกลับมารับบริการซ้ำ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ท่านมีแนวโน้มที่จะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในครั้งต่อไป	2 (0.52)	5 (1.30)	42 (10.94)	197 (51.30)	138 (35.94)	4.21	0.73	มากที่สุด
2. ท่านจะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล แม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ไปรับบริการที่อื่น	2 (0.52)	5 (1.30)	53 (13.80)	187 (48.70)	137 (35.68)	4.18	0.76	มาก
3. เมื่อเจ็บป่วยท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นที่แรกเสมอ	2 (0.52)	8 (2.08)	51 (13.28)	209 (54.43)	114 (29.69)	4.11	0.74	มาก
ภาพรวม						4.16	0.67	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.16$, S.D.=0.67) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ท่านมีแนวโน้มที่จะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในครั้งต่อไปมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.21$, S.D.=0.73) รองลงมา คือ ท่านจะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล แม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ไปรับบริการที่อื่น ($\bar{x}=4.18$, S.D.=0.76) และเมื่อเจ็บป่วยท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นที่แรกเสมอ ($\bar{x}=4.11$, S.D.=0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการแนะนำบอกต่อ)

n=384

ด้านการแนะนำบอกต่อ	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	1 (0.26)	3 (0.78)	61 (15.89)	201 (52.34)	118 (30.73)	4.13	0.71	มาก
2. หากมีคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวเจ็บป่วยท่านจะพามารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	1 (0.26)	10 (2.60)	56 (14.58)	186 (48.44)	131 (34.11)	4.14	0.77	มาก
3. ท่านมีการบอกต่อถึงการบริการที่ดีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้ญาติหรือคนรู้จักของท่านเสมอ	0 (0.00)	5 (1.30)	51 (13.28)	205 (53.39)	123 (32.03)	4.16	0.69	มาก
ภาพรวม						4.14	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร (ด้านการแนะนำบอกต่อ) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.14$, S.D.=0.66) เมื่อพิจารณารายข้อ ท่านมีการบอกต่อถึงการบริการที่ดีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้ญาติหรือคนรู้จักของท่านเสมอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.16$, S.D.=0.69) รองลงมา คือ หากมีคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวเจ็บป่วยท่านจะพามารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ($\bar{x}=4.14$, S.D.=0.77) และท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ($\bar{x}=4.13$, S.D.=0.71) ตามลำดับ

4.3 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

การศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาล
ส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระ
คุณภาพการให้บริการทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) การตอบสนองต่อ
ผู้รับบริการ (X_2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_3) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (X_4) และ
การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (X_5)

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของคุณภาพการให้บริการที่ศึกษาทั้งหมด

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	VIF
X_1	1					2.726
X_2	.748**	1				3.957
X_3	.759**	.824**	1			5.637
X_4	.735**	.818**	.837**	1		5.268
X_5	.721**	.783**	.836**	.834**	1	4.793

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์
ระหว่างตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการที่ใช้ในการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัว
แปรอยู่ระหว่าง 0.721–0.837 ซึ่งค่าไม่เกิน 0.85 (Kline, 2005: 56) แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ไม่มี
ความสัมพันธ์กันเอง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาร่วมกับค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อ
ทดสอบ Multicollinearity พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 2.726 – 5.637 ซึ่งมีค่าน้อย
กว่า 10 ดังนั้น ตัวแปรอิสระจึงไม่มีความสัมพันธ์กัน (Lee et al., 2000)

ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

คุณภาพการให้บริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.746	0.136		5.496	0.000
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X ₁)	0.044	0.049	0.045	0.882	0.378
2. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X ₂)	0.088	0.053	0.101	1.667	0.096
3. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X ₃)	0.291**	0.073	0.289	3.986	0.000
4. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (X ₄)	0.211**	0.066	0.223	3.185	0.002
5. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (X ₅)	0.196**	0.065	0.203	3.030	0.003
R = 0.804 R ² = 0.647 Adj R ² = 0.642 F = 138.518* Sig = 0.000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.044, $p > 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_{1a}

การตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.088, $p > 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_{1b}

ความเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.291, $p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{1c}

ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.211, $p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{1d}

การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.196$, $p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{1e}

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X_3) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (X_4) และ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (X_5) มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรได้ร้อยละ 64.70 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$\text{ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ} = 0.746 + 0.291 (\text{ความเชื่อถือไว้วางใจได้}) + 0.211 (\text{ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ}) + 0.196 (\text{การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ})$$

4.4 ผลการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

การศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระปัจจัยทางจิตวิทยาทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย การจงใจ (X_6) การรับรู้ (X_7) การเรียนรู้ (X_8) บุคลิกภาพ (X_9) และทัศนคติ (X_{10})

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระปัจจัยทางจิตวิทยาที่ศึกษาทั้งหมด

ตัวแปร	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}	VIF
X_6	1					3.571
X_7	.791**	1				3.855
X_8	.687**	.805**	1			4.332
X_9	.796**	.805**	.830**	1		5.379
X_{10}	.737**	.775**	.809**	.839**	1	4.494

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของปัจจัยทางจิตวิทยาที่ใช้ในการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.737 – 0.839 ซึ่งค่าไม่เกิน 0.85 (Kline, 2005: 56) แสดงว่าตัวแปรต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาร่วมกับค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อทดสอบ Multicollinearity พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 3.571 – 5.379 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้น ตัวแปรอิสระจึงไม่มีความสัมพันธ์กัน (Lee et al., 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ปัจจัยทางจิตวิทยา	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.197	0.100		1.970	0.050
การจูงใจ (X ₆)	0.156**	0.038	0.167	4.080**	0.000
การรับรู้ (X ₇)	0.018	0.043	0.018	0.425	0.671
การเรียนรู้ (X ₈)	0.095*	0.046	0.093	2.071*	0.039
บุคลิกภาพ (X ₉)	0.292**	0.051	0.286	5.690**	0.000
ทัศนคติ (X ₁₀)	0.390**	0.044	0.408	8.883**	0.000
R = 0.907 R ² = 0.823 Adj R ² = 0.820 F = 351.075 Sig = 0.000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การจูงใจส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.156, p < 0.01) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2a}

การรับรู้ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.018, p > 0.05) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_{2b}

การเรียนรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.095, p < 0.05) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2c}

บุคลิกภาพส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.292, p < 0.01) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2d}

ทัศนคติส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.390, p < 0.01) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2e}

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระปัจจัยทางจิตวิทยา ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย (X₆) การจูงใจ (X₈) บุคลิกภาพ (X₉) และทัศนคติ (X₁₀) มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรได้ร้อยละ 82.30 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\text{ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ} = 0.197 + 0.156 (\text{การจูงใจ}) + 0.095 (\text{การเรียนรู้}) + 0.292 (\text{บุคลิกภาพ}) + 0.390 (\text{ทัศนคติ})$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ให้พัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ ที่ทำให้เกิดความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร ให้พัฒนาคุณภาพการบริการที่ดีขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ ที่ทำให้เกิดความจงรักภักดีของผู้รับบริการ ดังนี้

ตารางที่ 4.26 ข้อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
อยากให้โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จัดหาบุคลากรทางการแพทย์เพิ่ม เช่น พยาบาล ทันตแพทย์ แพทย์แผนไทย นักกายภาพบำบัด ฯลฯ	8
ปรับปรุงการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เช่น วิธีการพูด	3
อยากให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและการบริการในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น เช่น การสร้างเพจเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	3
อยากให้ประสานการทำงานกับ อสม. ในการแจ้งกำหนดการตรวจสุขภาพ	2
ควรมีการแจ้งตรวจสุขภาพ เช่น ส่งจดหมายมาที่บ้าน	2
ควรมีเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อการบริการ	2
ควรมีเครื่องมือในการรักษาที่เพียงพอต่อการบริการในด้านต่างๆ	2
แก้ไขเครื่องคอมพิวเตอร์ในการบันทึกข้อมูลเพราะมักจะมีปัญหาบ่อยๆ	1
ควรมีหมอประจำที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	1
จัดระบบการบริหารงานใหม่ ให้ดีมีมาตรฐานขึ้น	1

จากตารางที่ 4.26 ข้อเสนอแนะแนวทางการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร พบว่า ข้อเสนอแนะที่ได้มีความถี่มากที่สุด คือ ต้องการให้โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จัดหาบุคลากรทางการแพทย์เพิ่ม เช่น พยาบาล ทันตแพทย์ แพทย์แผนไทย นักกายภาพบำบัด ฯลฯ รองลงมาคือ การปรับปรุงการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เช่น วิธีการพูด และควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและการบริการในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น เช่น การสร้างเพจเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ที่	คำอธิบาย	ผลการ ทดสอบ
1a	ความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ปฏิเสธ สมมติฐาน
1b	การตอบสนองต่อผู้รับบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ปฏิเสธ สมมติฐาน
1c	ความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ยอมรับ สมมติฐาน
1d	ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ยอมรับ สมมติฐาน
1e	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ยอมรับ สมมติฐาน
2a	การจูงใจส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ยอมรับ สมมติฐาน
2b	การรับรู้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ปฏิเสธ สมมติฐาน
2c	การเรียนรู้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ยอมรับ สมมติฐาน
2d	บุคลิกภาพส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ยอมรับ สมมติฐาน
2e	ทัศนคติส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ยอมรับ สมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร และ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยา ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร จำนวน 384 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.56 มีอายุระหว่าง 36-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.85 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.71 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.63 และใช้หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า คิดเป็นร้อยละ 81.25

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านบุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ ด้านทัศนคติ ด้านการเรียนรู้ และด้านการจูงใจตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับ

มาก โดยด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และด้านการแนะนำบอกต่อ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ความเป็นรูปธรรมของบริการไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.44, p > 0.05$) ความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.088, p > 0.05$) การตอบสนองต่อลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.291, p < 0.01$) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.211, p < 0.01$) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.196, p < 0.01$)

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการมีประสิทธิภาพพร้อมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรได้ร้อยละ 64.70

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของ ผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

การมุ่งใจส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.156, p < 0.01$) การรับรู้ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.018, p > 0.05$) การเรียนรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.095, p < 0.01$) บุคลิกภาพส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.292, p < 0.01$) ทักษะคิดส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.390, p < 0.01$)

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระปัจจัยทางจิตวิทยามีประสิทธิภาพพร้อมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรได้ร้อยละ 82.00

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ได้มีการอภิปรายผลการศึกษาคั้งนี้ ดังนี้

5.2.1 คุณภาพการให้บริการ ปัจจัยทางจิตวิทยา และความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการตามลำดับ เนื่องจากคุณภาพการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการ Ahn, Ryu & Han (2007) ดังนั้น การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับบริการได้ ซึ่งการวัดคุณภาพการให้บริการนั้นสามารถทำได้หลายมิติ เช่น การลักษณะการให้บริการ การให้บริการ ความไว้วางใจ ความกระตือรือร้น ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย ฯลฯ Parasuraman, Ziethaml and Berry (1985) ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกพึงพอใจกับการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ผู้ใช้บริการมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลถือเป็นการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิเป็นการบริหารภายใต้ข้อกำหนดของสำนักหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ที่บริหารโดยหน่วยบริการประจำซึ่งทำหน้าที่เป็นคู่สัญญาของบริการปฐมภูมิ (Contracting unit for Primary care: CUP) ที่ส่วนใหญ่ใช้การบริหารจัดการที่โรงพยาบาลเป็นศูนย์กลาง แต่ในส่วนการบริหารงานบุคคลและการบริหารทั่วไปของหน่วยบริการปฐมภูมิเป็นการบริหารงานภายใต้การบริหารงานของสาธารณสุขอำเภอ การให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรมีการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานตามหลักการของมาตรฐานศูนย์สุขภาพชุมชน (HCA) ซึ่งเป็นมาตรฐานของชุดกระบวนการหลายส่วน และมาตรฐานงานย่อยด้านต่างๆ เช่น มาตรฐานการพยาบาลชุมชน มาตรฐานด้านสุขศึกษา มาตรฐานการป้องกันการติดเชื้อ (IC) เป็นมาตรฐานที่กำกับ ควบคุมและส่วนที่เป็นกระบวนการบริการ โดยกำหนดเกี่ยวกับลักษณะคุณภาพของกิจกรรมหรือขั้นตอนสำคัญของระบบย่อยๆ ว่าควรทำอย่างไร ซึ่งผลการวิจัยได้สอดคล้องกับภัทรปภา เสงขทรัพย์ และคณะ (2564) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล พบว่าคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าและด้านความน่าเชื่อถือ และช่อดาว เมืองพรหม (2562) ที่ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี พบว่า ประชาชนมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรีภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการและด้านการ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอบสนองต่อผู้รับบริการตามลำดับ และจุฑามาส สะท้อนดี (2562) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี ผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย 3 ลำดับ มากที่สุด คือ ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการ และด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านบุคลิกภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ ด้านทัศนคติ ด้านการเรียนรู้ และด้านการจูงใจตามลำดับ ซึ่งปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการ Schiffman and Kanuk. (2010) ระบุว่าปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ด้านบุคลิกภาพมีความเฉลี่ยมากที่สุดเนื่องจากบุคลิกภาพ คือลักษณะ เฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่างๆ ทั้งส่วนภายนอกและส่วนภายใน ส่วนภายนอก คือส่วนที่มองเห็น ชัดเจน เช่นรูปร่าง หน้าตา กิริยามารยาท การแต่งตัว วิถีพูดจา การนั่ง การยืน ฯลฯ และส่วนภายใน คือส่วนที่มองเห็นได้ยากแต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ ประจำตัว ความใฝ่ฝันปรารถนา ปรัชญาชีวิต ค่านิยม ความสนใจ ฯลฯ ศรีเรือน แก้วกังวาล (2551) ซึ่งลักษณะต่างๆ ของบุคลิกภาพไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆ ออกจากกันโดยเด็ดขาด ทุกลักษณะของบุคลิกภาพของมนุษย์ถูกหล่อหลอมและประสมประสานด้วยพันธุกรรม วัฒนธรรม การเรียนรู้ วิธีปรับตัวของบุคคลและสิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นนามธรรมและวัตถุธรรม เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพรที่ให้บริการประชาชนได้ให้บริการด้านความเต็มใจ ให้บริการอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับมาลินี ปันดี (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการจากโรงพยาบาลในหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่าคะแนนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรด้านการรับรู้ คุณภาพการบริการที่ได้รับจากพยาบาล การรับรู้ราคาค่าบริการทางการแพทย์จากพยาบาล ความพึงพอใจการบริการจากพยาบาล และความจงรักภักดีของผู้รับบริการผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลางทุกด้านมีคะแนนค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่การรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้รับจากพยาบาลมีคะแนนค่าเฉลี่ยในระดับมาก ด้านที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยน้อยสุด ได้แก่ ด้านการรับรู้ราคาค่าบริการทางการแพทย์จากพยาบาล

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ และด้านการแนะนำบอกต่อ ตามลำดับ อาจเนื่องจากผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เจ้าหน้าที่เป็นกันเอง มีความสะดวกสบายเมื่อมาใช้บริการ และอาจมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอีกในครั้งถัดไป ซึ่งตามพวรรณ คุณคำ และเบญจมาศ เป็นบุญ (2555) ได้กล่าวว่า ความจงรักภักดี หมายถึง ข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งของลูกค้าที่จะให้การอุปถัมภ์สินค้า หรือบริการที่พึงพอใจอยู่อย่างสม่ำเสมอซึ่งความจงรักภักดีนั้นนอกจากจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าแล้วยังเกี่ยวข้องกับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ หากลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการ และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระหว่างลูกค้ากับองค์กร แล้วจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับจุฑามาส สะท้อนดี (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาราม พบว่า ผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลวิภาราม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล ด้านความชำนาญในทางกระบวนการรักษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1) ท่านมีความเชื่อมั่นในโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านใช้บริการ 2) ท่านจะแนะนำโรงพยาบาลเอกชนที่ท่านเลือกใช้บริการให้กับผู้อื่น และ 3) ท่านจดจำสัญลักษณ์ของโรงพยาบาลที่ท่านเลือกใช้ได้อย่างดี ตามลำดับ

5.2.2 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

5.2.2.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.045, p > 0.05$) จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอแนะว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลยังขาดแคลนเครื่องมือที่มีมาตรฐานในการรักษาพยาบาลและการให้บริการในด้านต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐภาพร สถิต และ นิตนา ฐานิตธนกร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการ และการอ้างอิงบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ศูนย์มิตร ชูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่ พบว่า คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรม ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าอาจให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นมากกว่า อาทิ ความน่าเชื่อถือ การบริการที่เป็นมาตรฐาน ความเป็นมืออาชีพ เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง จึงทำให้คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า เป็นส่วนสิ่งสำคัญที่แสดงถึงความจงรักภักดี

5.2.2.2 การตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.101, p > 0.05$) จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอแนะว่าอยากให้แพทย์ หรือ บุคลากรทางการแพทย์ด้านอื่นๆ มาให้บริการเพิ่มแสดงให้เห็นว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลยังขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ยังเสนอแนะอีกว่าอยากให้เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการปรับปรุงการให้บริการโดยเฉพาะวิธีการพูดกับผู้รับบริการ และให้บริการด้วยความเต็มใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนชพร จินดา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการได้ยินในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดี เนื่องจากการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ยังไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดี แต่เป็นการคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

5.2.2.3 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.289, p < 0.01$) โดยคาดว่าเป็นผลมาจากผู้รับบริการทราบกำหนดเวลาทำการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่ชัดเจน และการให้บริการมีมาตรฐาน ไว้วางใจได้ และไร้ข้อผิดพลาด เนื่องจากการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพชีวิตของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาส สะท้อนดี (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี ผู้รับบริการมีการให้ความสำคัญกับกระบวนการความชำนาญในทางกระบวนการรักษา

5.2.2.4 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.223, $p < 0.01$) โดยคาดว่าเป็นผลมาจากผู้รับบริการมีความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการที่สามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด มีความเข้าใจเข้าใจผู้รับบริการเป็นอย่างดี รวมถึงสามารถประเมินความเร่งด่วนจากอาการของโรคได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของโตพล กมลรัตน์ (2564) ผลงานวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ เนื่องจากการให้บริการด้วยความเอาใจใส่และเป็นกันเอง มีการรับฟังปัญหาและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารทางโซเชียลและสื่อต่างๆ ได้รวดเร็ว และมีบริการที่หลากหลายให้เลือกตามความต้องการของผู้ใช้บริการ การบันทึกข้อมูลที่สำคัญทางการแพทย์เช่นประวัติการแพ้ยา ประวัติสำคัญในการรักษา จึงทำให้การบริการด้านการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล

5.2.2.5 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.203, $p < 0.01$) โดยคาดว่าเป็นผลมาจากเมื่อผู้รับบริการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลแล้วมีความรู้สึกปลอดภัย สามารถรักษาโรคได้ มีความมั่นใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และสามารถนำคำแนะนำต่างๆ ของเจ้าหน้าที่ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของโสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ และจุฑามาส สะท้อนดี (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวดี ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการของโรงพยาบาลด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มารับบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.3 ปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

5.2.2.1 การจูงใจส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Beta = 0.167, $p < 0.05$) โดยคาดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ว่าเป็นผลมาจากผู้รับบริการมีความพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพอยู่เสมอ และมีการณรงค์เชิงรุกให้ดูแลสุขภาพ รวมถึงมีความพึงพอใจที่สามารถใช้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของร้อยเอกหญิง สุमितตรา ทองมิตร (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ผลการวิจัยพบว่า มิติปัจจัยด้านการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า เนื่องจากคุณภาพการบริการในด้าน การเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการ ซึ่งประกอบด้วยการที่บุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่บุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ บุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่ที่มีความเป็นกันเอง บุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่คำนึงถึงผลประโยชน์ และบุคลากรทางการแพทย์หรือเจ้าหน้าที่เข้าใจถึง ความจำเป็นในการมาขอรับบริการของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ย่อมมีความสำคัญเชิงบวกอย่างมากในการสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า

5.2.2.2 การรับรู้ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.018, p > 0.05$) จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอแนะว่ายังขาดความมั่นใจในความสะอาดของเครื่องมือเครื่องใช้ นอกจากนี้ผู้รับบริการอาจจะยังไม่ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yakup Durmaz (2014) ได้ศึกษาเรื่อง The Impact of Psychological Factors on Consumer Buying Behavior and an Empirical Application in Turkey. พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ ได้แก่ แรงจูงใจ และความเชื่อของบุคคล และปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อ ได้แก่ การเรียนรู้ และการรับรู้ ผู้บริโภคซื้อเพราะทำให้ตัวเองมีความสุขโดยที่ไม่คิดถึงคนอื่น การเชิญชวนของคนขายไม่มีอิทธิพลต่อการซื้อของเขา ความสนุกสนานเพลิดเพลินในการซื้อสินค้าและบริการเป็นสิ่งสำคัญ โดยการตัดสินใจเข้ารับบริการเป็นจุดเริ่มต้นของความจงรักภักดีหากได้รับบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้

5.2.2.3 การเรียนรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.093, p < 0.05$) โดยคาดว่าเป็นผลมาจากผู้รับบริการมีความพึงพอใจที่สามารถนำคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลไปปฏิบัติตนในการดูแลสุขภาพได้ถูกต้อง อีกทั้งได้รับความสะดวกในการส่งต่อผู้ป่วยไปสถานบริการที่ใหญ่กว่าในกรณีที่ต้องการรักษานั้นเกินขีดความสามารถของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล สอดคล้องกับงานวิจัยของธนัชพร จินดา (2563) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการไต่สวนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานในสิ่งที่สามารถจับต้องได้ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการไต่สวน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล Etzel และคณะ (2001) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ คือ พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการรับรู้และประสบการณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2.4 บุคลิกภาพส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.286, p < 0.05$) โดยคาดว่าเป็นผลมาจากผู้รับบริการชอบและประทับใจเกี่ยวกับการแต่งกายที่ของเจ้าหน้าที่ การให้บริการที่ด้วยความสุภาพ อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สอดคล้องกับงานวิจัยของอรประไพ คงประชา (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรและการแต่งกายมีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านบุคลากรและการแต่งกายมีผลต่อระดับการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านนักกายภาพบำบัดและเจ้าหน้าที่ที่มีอรรถยาศัยดี เอาใจใส่ มีความสุภาพ กระตือรือร้นในการบริการ อีกทั้งมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย เนื่องจากผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจต่อการบริการที่ได้รับดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ซึ่งในที่นี่คือนักกายภาพบำบัดและเจ้าหน้าที่ในคลินิกกายภาพบำบัด ซึ่งเมื่อประกอบกับการแต่งกาย ที่สุภาพเรียบร้อยยิ่ง เป็นการแสดงให้เห็นถึงความพิถีพิถัน และความใส่ใจต่อรายละเอียดต่างๆ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น

5.2.2.5 ทศนคติส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.408, p < 0.05$) โดยคาดว่าเป็นผลมาจากผู้รับบริการมีความพึงพอใจเนื่องจากเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้รับบริการได้ มีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจต่อผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของร้อยเอกหญิง สุमितตรา ทองมิตร (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า ผลการวิจัยพบว่ามิติปัจจัยด้านชื่อเสียงของบริการที่ได้รับรวมถึงการยกย่องชมเชย ในบริการส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า เนื่องจากภาพลักษณ์การบริการที่ดีในด้านการรักษาและสร้างชื่อเสียงของบริการที่ได้รับ รวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อเสียงที่ได้รับการชื่นชมว่าคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าเป็นหน่วยให้บริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานเป็นหน่วยให้บริการทางการแพทย์ชั้นนำ เป็นหน่วยที่ให้บริการทางการแพทย์เฉพาะทางด้วยความเสียสละทุ่มเท และเป็นหน่วยที่ให้บริการทางการแพทย์เฉพาะทางด้วยความรวดเร็วความกระฉับกระเฉง มีความสำคัญเชิงบวกเป็นอย่างมากในการสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกระบบราชการโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1.1 ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการบริการ ตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการ โดยเฉพาะองค์ประกอบที่ส่งผลเชิงบวกมากต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการตามลำดับโดย

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ การกำหนดกลยุทธ์ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา การจัดสถานที่ให้มีความสะอาด สะดวกเหมาะต่อการให้บริการอยู่เสมอ รวมถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ให้เป็นสถานบริการใกล้บ้าน ใกล้ใจ

2. การตอบสนองต่อลูกค้า การกำหนดกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อลูกค้า ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ควรการจัดสถานที่ที่มีความสะอาด สะดวก สบายเหมาะสมต่อการให้บริการ และเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ

3. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ควรให้ความสำคัญกับการเปิด-ปิดบริการให้เป็นไปตามเวลาที่ราชการกำหนด มีเจ้าหน้าที่อยู่ปฏิบัติการตลอดช่วงเวลาการเปิดทำการ และมีการตรวจสอบให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความถูกต้อง

4. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ การกำหนดกลยุทธ์ในการให้ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในการรับบริการ ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมให้เจ้าหน้าที่ให้บริการแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที และมีการซักซ้อมให้เจ้าหน้าที่สามารถประเมินความต้องการเร่งด่วนของผู้รับบริการได้

5. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การกำหนดกลยุทธ์ในการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ควรให้ความสำคัญกับการให้ฝึกอบรมและให้ความรู้กับเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลและสามารถตอบข้อซักถามที่ผู้รับบริการสงสัยได้

5.3.1.2 ผลการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการบริการ ตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้รับบริการ โดยเฉพาะองค์ประกอบที่ส่งผลเชิงบวกมากต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ ตามลำดับโดย

1. การจูงใจ การกำหนดกลยุทธ์ในการจูงใจในการรับบริการ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้รับบริการมาเข้ารับบริการอยู่เสมอ โดยเฉพาะผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว

และที่ต้องรับประทานยาเป็นประจำ เช่น ยาลดความดัน ยาลดเบาหวาน เป็นต้น พร้อมทั้งให้ความรู้ในการรักษาพยาบาลอยู่เสมอ

2. การรับรู้ การกำหนดกลยุทธ์ในการรับรู้การรับบริการ ควรให้ความสำคัญกับการให้เจ้าหน้าที่ติดตาม เยี่ยมเยียน และดูแลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพอยู่เสมอ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และกิจกรรมดีๆ ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลตามแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย แอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก

3. การเรียนรู้ การกำหนดกลยุทธ์ในด้านการเรียนรู้ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นใจให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ มีการวางแผนการส่งต่อผู้ป่วยในกรณีที่มีการรักษานั้นเกินขีดความสามารถของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

4. บุคลิกภาพ การกำหนดกลยุทธ์ด้านบุคลิกภาพ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจในการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เช่น การแต่งการสุภาพ สะอาด เรียบร้อย อภัยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้บริการด้วยความโปร่งใส เป็นต้น

5. ทักษะคติ การกำหนดกลยุทธ์ด้านทัศนคติ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้มารับบริการ เช่น การพัฒนาการทำงานเป็นทีม การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมโดยการเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งอาจเพิ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึกต่อปัจจัยด้านต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเข้าถึงรายละเอียดมากขึ้น

5.3.2.2 ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมโดยการกำหนดขอบเขตการวิจัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้ป่วยกลุ่มสูงอายุหรือผู้ที่มีโรคประจำตัว

บรรณานุกรม

- เกษราพร รักษาสัตย์. (2564). *แรงจูงใจและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีต่อร้านค้าปลีกออนไลน์*. [วิทยานิพนธ์นี้บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- จุฑามาส สะท้อนดี. (2562). *เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลวิภาวราม*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. บทความวิชาการค้นคว้าอิสระ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- จำรอง เงินดี. (2545). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชยทัต สุชาติกุลวิทย์. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บัตรสมาชิกของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิตวิทยาลัยการ จัดการ ,มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3398/1/TP%20BM.092%202562.pdf>
- ช่อดาว เมืองพรหม. (2562). *ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี*. [สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย สยาม]. ฐานข้อมูลงานวิจัย มหาวิทยาลัยสยาม. <https://e-research.siam.edu/kb/public-satisfaction-with-the-service-quality-of-thonburi-hospital/>
- ชาญศิลป์ วาสนบุญมา. (2546). *แรงจูงใจและความต้องการความสมหวังในชีวิตของการเป็น คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. [สารนิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. ศูนย์ข้อมูลวิจัย Digital (วช.)
- ณรงคฤทธิ เลิศชัยรัตน์ และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลัย. (2563). *ปัจจัยสวนประสมทางการตลาดและ ปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ 24 ชั่วโมงของคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร วารสารสมาคมนักวิจัย, 25(2), 282-295*
- ณัฐภาพร สถิตย์ (2560). *คุณภาพบริการและการอ้างอิงบอกต่อที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการกลับมาใช้บริการซ้ำที่ศูนย์มีตซูไทยธาดา (ฉะเชิงเทรา) สำนักงานใหญ่*. [วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University.
- ตามพวรรณ คุณคำ และเบญจมาศ เป็นบุญ. (2555). *ความรู้สึภักดีและความพึงพอใจของ ผู้รับบริการโรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ*. ปทุมธานี: โรงพยาบาลธรรมศาสตร์ เฉลิมพระเกียรติ
- โตพล กมลรัตน์. (2564). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์*. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214154019.pdf>.
- ทิพย์สุนันท์ ศรีลาธรรม. (2559). *คุณภาพบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในเขตอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี*. [วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น].

- ธนวัฒน์ แก่นจำปา. (2562). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าศูนย์ตรวจสุขภาพของพนักงานในโรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(1), 165-178
- ณัชพร จินดา. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีและการรับรู้คุณค่าเพื่อผู้อื่นของผู้บริโภคต่อร้านกาแฟที่ดำเนินการโดยผู้พิการทางการไต่สวนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/977/1/g611110114.pdf>
- นวัตกรณ์ แซ่จิว. (2561). ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านขายอะไหล่ รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองสงขลา. [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ]
- ประคอง แก้วน้อย. (2552). *ประวัติศาสตร์สุขภาพชุมชน*. นิตยสารสุขภาพ, 2(8)
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2561). *การบริการอย่างมีคุณภาพ (Service Quality)*. http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/161_servicequality.html.
- เพทาย พงษ์ประดิษฐ์. (2559). แรงจูงใจในการซื้อสินค้า การรับข้อมูล และการตัดสินใจเข้าร้านเบเกอรี่. {สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา}.
- ภัทรภา เสงฆ์ทรัพย์ และคณะ (2564). คุณภาพการให้บริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล. *วารสารวิชาการเซาท์เทิร์นทิวทางอกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 64-81
- ภาณุวัฒน์ คชสิงห์. (2565). การศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าร้านกาแฟ Stand Alone แบบ Non-Franchise ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา ร้านกาแฟ FIFTY FIVE FIVE. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/5121>
- มาลินี ปันดี. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการจากการพยาบาลในหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชนในเขตภาคกลาง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยคริสเตียน]. ศูนย์วิทยบริการและหอสมุด มหาวิทยาลัยคริสเตียน
- มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. (2552). *คู่มือการให้บริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล*. บริษัท พีคิว พี จำกัด
- ร้อยเอกหญิง สมิตตรา ทองมิตร. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกพิเศษเฉพาะทางนอกเวลาราชการ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า [สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive
- ระบบคลังข้อมูลการแพทย์และสุขภาพ. (2565). *กระทรวงสาธารณสุข*. เข้าถึงได้จาก <https://hdc.service.moph.go.th/hdc/main/index.php>
- รัตน์กนก ไวยศิลป์. (2559). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University.

- วิรัตน์ ชนะสิมมา และทตมัล แสงสว่าง. (2564). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ชำระภาษีท้องถิ่นกับเทศบาลตำบลหนองนาคราณณ์ศึกษาตำบลบ้านโคกอำเภอหนองนาครา จังหวัดขอนแก่น*. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(2), 15-28.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand management*. กรุงเทพฯ : BrandAge.
- ศรีเรือน แก้วกังวาน. (2551). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 15 กรุงเทพฯ: หอมชาวบ้าน
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง 2552. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข. (2559). *คู่มือ แนวทางการพัฒนาโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลดีดดาว*. <http://www.kkpho.go.th/index/component/attachments/download/1026.html>
- สำนักพัฒนาระบบบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการ กระทรวงสาธารณสุข. (2552). *เกณฑ์คุณภาพเครือข่ายบริการปฐมภูมิ*. โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ
- โสธยา พูลเกษ. (2550). *ความคาดหวังของผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการของ โรงพยาบาลลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). *คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี*. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University.
- อมรรัตน์ แยมรัส และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ. (2562). *ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ คุณค่าตราสินค้าต่อความจงรักภักดีเชิงทัศนคติและเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5(1), 50-62.
- อรประไพ คงประชา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการแสดงออกถึงความภักดีในเชิงพฤติกรรมด้านการบอกต่อของผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในกรุงเทพมหานคร*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU e-Thesis
- อรุณรัก ครองเชื้อ. (2557). *บุคลิกภาพของตนเอง ความขัดแย้งระหว่างบุคคล และความขัดแย้งในองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิผล การปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขต สาทร สีลม และบางรัก*. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University.
- อับบาส พาณีเขตต์. (2565). *คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่פקใน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา*. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 24(2), 125-136.
- อัมพล ชูสนุก และคณะ. (2560). *อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าด้านราคาและด้านคุณภาพต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจการบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าไทยกุลิโกะในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ. 8(1), 13-26.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุดม ทุมโฆสิต. (2554). *การปกครองท้องถิ่นสมัยใหม่: บทเรียนจากประเทศที่พัฒนาแล้ว*. กรุงเทพฯ: แชนพอร์ พรินติ้ง.

A Meesala, J Paul. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40(1), 261-269. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>

Ahmed, S., Tarique, K.M. and Arif, I. (2017), Service quality, patient satisfaction and loyalty in the Bangladesh healthcare sector. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 30(5), 477-488. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-01-2017-0004>

Ahn, T., Ryu, S., and Han, I. (2007). The impact of web quality and playfulness on user acceptance of online retailing. *Information & Management* 44 (2007): 263-275

Arab, M., Ghazi, T S., Rashidian, A., Rahimi F.A., Zarei, E. (2012) The Effect of Service Quality on Patient loyalty: a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran. *Iranian Journal of Public Health*. 41(9), 71-77. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3494218/>

Asnawi, A., Awang, Z., Afthanorhan, A., Mohamad, M., Karim, F. (2019). The influence of hospital image and service quality on patients' satisfaction and loyalty. *Management Science Letters*, 9(6), 911-920. https://www.growing-science.com/mst/Vol9/mst_2019_68.pdf

Crosby. (1988). *The Eternally Successful Organization*. New York : McGraw-Hill.

Darnus, D., Farida, J., Hamdy, H. (2018). The Effect of Healthcare Service Quality, Hospital Image and Experience Economic on Worth of Mouththrough BPJS Patient Perception Type B Hospital in West Java, *American Research Journal of Business and Management*, 4(1), 1-19. <https://www.arjonline.org/papers/arjbm/v4-i1/22.pdf>

Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing. (12th ed.)*. Boston: McGraw-Hill

Garrison and Magoon. (1972). *Educational psychology*. Ohio: Charles E. Morrill Publishing century-crofts

Hawkins, L. D, Roger, J.B & Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 8th ed.*, The McGraw-Hill Companies Inc.

Hellier, P. K.¹, Geursen, G.M.², Carr, R.A.³ and Rickard, J.A.⁴ (2003). *Customer repurchase intention: A general structural equation model*. *European Journal of Marketing* 37(12), 1762-1800.

Ida, A. W. K., Djumilah, H., Ni, L. P.W., Fatchur, R. (2013) Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar). *International Journal of Business and Commerce*, 2(12), 1-14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. 2nd ed. New York, Guilford
- Kondasani, R.K.R. and Panda, R.K. (2015), Customer perceived service quality, satisfaction and loyalty in Indian private healthcare, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 28(5), 452-467. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-01-2015-0008>
- Kotler, P. (2003). *Marketing management (11th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall.
- Kotler, P. and Keller, K. (2009). *Marketing Management*. Global Edition, Pearson Education Inc., Upper Saddle River.
- Kotler, P. and Keller, K. (2006). *Marketing Management*. 12th ed. n.p.: Pearson Education.
- Kusuma, Hadiwidjojo, Wiagustini, Rohman. (2013). Service Quality Influence on Patient Loyalty: Customer Relationship Management as Mediation Variable (Study on Private Hospital Industry in Denpasar). *International Journal of Business and Commerce*, 2(12), 1-14.
- Lee M, et al. (2000) Genetic analysis of the role of Pol II holoenzyme components in repression by the Cyc8-Tup1 corepressor in yeast. *Genetics* 155(4), 1535-42.
- Maslow, Abraham H. (1970). *Motivation and Personality*. New York : Harpers and Row.
- Mowen, John C. and Michael Minor. (1998). *Consumer Behavior*. 5th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.
- Oliver. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Retailing*, 17(4), 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-51.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The free press
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1996). *The behavioural consequences of service quality*. *Journal of Marketing Management*, 60(4), 31-46.
- Pong, J.L.T. and Yee, E.T.P. (2001). *An integrated model of service loyalty*. Paper presented at the Academy of Business & Administrative Sciences, *International conferences*, Brussels, Belgium.
- Rozen, L. B. (2002). *The anatomy of buzz : How to create word-of-mouth marketing (2nd ed.)*. USA.: Dumbleday.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Ruhl, C. (2021). *Bloom's taxonomy of learning*. <https://www.simplypsychology.org/blooms-taxonomy.html>.
- Schiffman L.G., Kanuk L.L. (1991). *Consumer Behavior*. 4th. ed. New Jersey : Englewood Cliffs.
- Schiffman L.G., Kanuk L.L. (2000). *Customer Behavior*. 7th.ed. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Schiffman L.G. , Kanuk L.L. (2007). *Consumer behavior*. 10th ed. Pearson education.
- Schiffman L.G., Kanuk L.L. (2010). *Consumer behavior*. 9th ed. Pearson education.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (2010). *Customer Behavior* 10th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Shie, A., Yung-Fu, H., Guang, L., Wenjuan, L., Ming-Jeng, Y., You-Yu, D., Zhao-Hui, S., and Wu, Y. (2022). *Exploring the Relationship Between Hospital Service Quality, Patient Trust, and Loyalty From a Service Encounter Perspective in Elderly With Chronic Diseases*. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35692341/>
- WHO. (2008). *World health report 2008: primary health care now more than Ever*. Geneva. World Health Organisation
- Wisher, J.D. and Corney, W.J. (2001) Comparing practices for capturing bank customer feed back – Internet versus traditional banking. *Benchmarking : An International Journal* 8(3), 240-250.
- Yakup Durmaz. (2014). The Impact of Psychological Factors on Consumer Buying Behavior and an Empirical Application in Turkey. *Asian Social Science*, 10(6), 119-202.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิจุดหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ชื่อ-สกุล	คุณสมบัติ	ตำแหน่ง
1. ผศ.ดร.ชัยญาณภัค หล้าแหล่ง	นักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ	อาจารย์ประธานหลักสูตร บริหารธุรกิจ มหาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขต ชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
2. ดร.ภัทรพร ยุบลพันธ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุข	อาจารย์ประจำสาขาวิชา สาธารณสุขศาสตร์ คณะ สาธารณสุขศาสตร์และ สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยหัว เฉียวเฉลิมพระเกียรติ
3. ดร.ภิญรดา แก้วเขียว	นักสถิติ	อาจารย์ประจำหลักสูตร บธ.ม. นวัตกรรมการจัดการธุรกิจและ อุตสาหกรรม (MBI) สถาบัน เทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวรัตนกร พลายด่าง นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 61551907 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร. กิตติ แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชาชนในจังหวัดชุมพรที่เคยรับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าเป็นไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวรัตนกร พลายด่าง)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ชัยญากต์ หล้าแหล่ง

หน่วยงาน อาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวรัตนกร พลายด้วง รหัสประจำตัว 61551907
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ
โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....
.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ.....
(ผศ.ดร.ชญญากัด หล้าแหล่ง)

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวรัตนกร พลายดั่ง นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 61551907 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร. กิตติ แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชาชนในจังหวัดชุมพรที่เคยรับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวรัตนกร พลายดั่ง)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.ภัทรพร ยุบลพันธ์

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวรัตนกร พลายด้วง รหัสประจำตัว 61551907
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ
โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ
ที่ รพ.สต. ๑๑๐ อำเภอวิภาวดี

- ปรับปรุงระบบคอมพิวเตอร์

ลงชื่อ

(ดร.ภัทรพร ยุกลพันธ์)

วันที่

๑๑-๑๐-๒๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร”

โดย นางสาวรัตนกร พลายดั่ง นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 61551907 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร. กิตติ แก้วเขียว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามประชาชนในจังหวัดชุมพรที่เคยรับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวรัตนกร พลายดั่ง)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.ภิญรดา แก้วเขียว

หน่วยงาน อาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวรัตนกร พลอยด้วง รหัสประจำตัว 61551907
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ
โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

พร้อมแก้ไข

ลงชื่อ.....

(ดร.ภิญรดา แก้วเขียว)

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC

การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ
โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถาม	ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปส่วนบุคคล						
	1. เพศ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. อายุ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. ระดับการศึกษา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. รายได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. สิทธิหลักประกันสุขภาพ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ						
	6.เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	7.การจัดสถานที่มีความสะอาด สะดวก สบายเหมาะสมต่อการให้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	8.การมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ทำให้สะดวก ใกล้บ้าน ไม่รอนาน	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ						
	9.เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	10.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	11.เจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการเมื่อผู้รับบริการร้องขอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	ด้านความน่าเชื่อถือ						
	12.การให้บริการเป็นไปตามเวลา ราชการกำหนด	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	13.เจ้าหน้าที่ทำให้รู้สึกน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	14.การบริการมีความถูกต้อง ไม่ ผิดพลาด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านความเข้าใจและความเห็นอก เห็นใจผู้รับบริการ						
	15.เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการและ แก้ไขปัญหาตามที่ผู้รับบริการ ต้องการได้	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	16.เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และ ให้บริการด้วยความเต็มใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	17.เจ้าหน้าที่เข้าใจความต้องการ เร่งด่วนของผู้รับบริการ	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อ ผู้รับบริการ						
	18.การให้บริการมีความปลอดภัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	19.ผู้รับบริการมีความรู้สึกมั่นใจใน การให้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	20.เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบ ข้อซักถามได้อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. เพื่อวิเคราะห์ ปัจจัยทาง จิตวิทยาของ ผู้รับบริการ โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพ ตำบลในจังหวัด ชุมพร	ด้านการจูงใจ						
	21.มีการเชิญชวนให้มารับบริการ อย่างต่อเนื่อง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	22.มีการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษา สุขภาพอยู่เสมอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	23.มารับบริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย	1	1	1	3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	ด้านการรับรู้						
	24.เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความสะอาด ปราศจากเชื้อ	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	25.ท่านได้รับการติดตามเยี่ยมดูแลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพอยู่เสมอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	26.ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเสมอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านการเรียนรู้						
	27.จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลทำให้ท่านสามารถปฏิบัติตนในการดูแลสุขภาพได้ถูกต้อง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	28.ท่านได้รับการส่งต่อที่สะดวกรวดเร็ว ในกรณีที่มีการรักษานั้นเกินขีดความสามารถของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	29.ท่านมั่นใจว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านบุคลิกภาพ						
	30.เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาดเรียบร้อย	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	31.เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	32.เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามกฎระเบียบ	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	ด้านทัศนคติ						
	33.เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจต่อผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	34.โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้บริการ ด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	35.เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้รับบริการได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.เพื่อวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร	ด้านความพึงพอใจ						
	36.ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	37.ท่านได้รับความสะดวกสบายในการมารับบริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	38.เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่เป็นกันเอง มีความน่าไว้วางใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ						
	39.ท่านมีแนวโน้มที่จะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในครั้งต่อไป	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	40.ท่านจะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลแม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ไปรับบริการที่อื่น	1	1	1	3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	41.เมื่อเจ็บป่วยท่านจะนึกถึง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เป็นที่แรกเสมอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านการแนะนำบอกต่อ						
	42.ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมารับ บริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	43.หากมีคนใกล้ชิดหรือคนใน ครอบครัวเจ็บป่วยท่านจะพามารับ บริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	44.ท่านมีการบอกต่อถึงการบริการ ที่ดีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลให้ญาติหรือคนรู้จักของท่าน เสมอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.924

แสดงว่า: แบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างจริงได้

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค.
แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

คุณภาพการให้บริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่องคุณภาพการบริการและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร เพื่อประกอบการศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จำนวน 1 ข้อ

2. ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากท่าน โปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกคำถาม เพื่อให้งานวิจัยในครั้งนี้มีความเที่ยงตรง และเกิดประโยชน์ต่อการศึกษาอย่างแท้จริง

3. ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามในครั้งนี้
ขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

นางสาวรัตนกร พลายด้วง

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมายถูก (✓) ในช่องสี่เหลี่ยม หน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุดและโปรดระบุข้อมูลของท่านลงในช่องว่าง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

21 – 35 ปี

36 – 59 ปี

60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษา

อนุปริญญา

ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

4. รายได้

น้อยกว่า 10,000 บาท

10,001 – 15,000

15,001 – 20,000 บาท

มากกว่า 20,000 บาท

5. หลักประกันสุขภาพ

ไม่มีสิทธิการรักษา

สวัสดิการข้าราชการ

ประกันสังคม

หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า

อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์คุณภาพการบริการ ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลใน

จังหวัดชุมพร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดได้เพียงช่องเดียว
เกณฑ์ในการเลือกมีดังนี้

- | | | |
|---|---------|----------------------------------|
| 5 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยน้อยที่สุด |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพการให้บริการ	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
6.เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน					
7.การจัดสถานที่มีความสะอาด สะดวก สบาย เหมาะสมต่อการให้บริการ					
8.การมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ทำให้สะดวก ใกล้บ้าน ไม่รอนาน					
ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ					
9.เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ					
10.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว					
11.เจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการเมื่อผู้รับบริการร้องขอ					
ด้านความน่าเชื่อถือ					
12.การให้บริการเป็นไปตามเวลาราชการกำหนด					
13.เจ้าหน้าที่ทำให้รู้สึกน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้					
14.การบริการมีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด					
ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ					
15.เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการและแก้ไขปัญหาตามที่ผู้รับบริการต้องการได้					
16.เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และให้บริการด้วยความเต็มใจ					
17.เจ้าหน้าที่เข้าใจความต้องการเร่งด่วนของผู้รับบริการ					
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ					
18.การให้บริการมีความปลอดภัย					
19.ผู้รับบริการมีความรู้สึกมั่นใจในการให้บริการ					
20.เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดได้เพียงช่องเดียว
เกณฑ์ในการเลือกมีดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความสำคัญเห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความสำคัญเห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	ระดับความสำคัญเห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความสำคัญเห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	ระดับความสำคัญเห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยจิตวิทยา	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
ด้านการตั้งใจ					
21.มีการเชิญชวนให้มารับบริการอย่างต่อเนื่อง					
22.มีการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพอยู่เสมอ					
23.มารับบริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย					
ด้านการรับรู้					
24.เครื่องมือเครื่องใช้มีความสะอาด ปราศจากเชื้อ					
25.ท่านได้รับการติดตามเยี่ยมดูแลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพอยู่เสมอ					
26.ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเสมอ					
ด้านการเรียนรู้					
27.จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ทำให้ท่านสามารถปฏิบัติตนในการดูแลสุขภาพได้ถูกต้อง					
28.ท่านได้รับการส่งต่อที่สะดวกรวดเร็ว ในกรณีที่ต้องการรักษานั้นเกินขีดความสามารถของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล					
29.ท่านมั่นใจว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยจิตวิทยา	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
ด้านบุคลิกภาพ					
30.เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาดเรียบร้อย					
31.เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อธิบายคดี ยิ้มแย้มแจ่มใส					
32.เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามกฎระเบียบ					
ด้านทัศนคติ					
33.เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการสื่อสารความ เข้าใจต่อผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี					
34.โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้บริการ ด้วย ความเสมอภาค เท่าเทียมกัน					
35.เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมี ความรู้ ความเชี่ยวชาญ สร้างความไว้วางใจให้แก่ ผู้รับบริการได้					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล
ในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดได้เพียงช่องเดียว
เกณฑ์ในการเลือกมีดังนี้

- | | | |
|---|---------|----------------------------------|
| 5 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายถึง | ระดับความสำคัญเห็นด้วยน้อยที่สุด |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ	เห็น ด้วย มาก ที่สุด (5)	เห็น ด้วย มาก (4)	เห็น ด้วย ปาน กลาง (3)	เห็น ด้วย น้อย (2)	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด (1)
ด้านความพึงพอใจ					
36.ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล					
37.ท่านได้รับความสะดวกสบายในการมารับบริการ					
38.เจ้าหน้าที่มีการให้บริการที่เป็นกันเอง มีความน่า ไว้วางใจ					
ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ					
39.ท่านมีแนวโน้มที่จะมารับบริการที่โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบลในครั้งต่อไป					
40.ท่านจะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล แม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ไปรับบริการที่อื่น					
41.เมื่อเจ็บป่วยท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลส่งเสริม สุขภาพตำบลเป็นที่แรกเสมอ					
ด้านการแนะนำบอกต่อ					
42.ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมารับบริการที่โรงพยาบาล ส่งเสริมสุขภาพตำบล					
43.หากมีคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวเจ็บป่วยท่าน จะพามารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบล					
44.ท่านมีการบอกต่อถึงการบริการที่ดีของ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้ญาติหรือคนรู้จัก ของท่านเสมอ					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัด
ชุมพร

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของประชากรในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในจังหวัดชุมพร

		เพศ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	90	23.40	23.4	23.4
	2.00	294	76.60	76.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

		อายุ			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	1.00	1.0	1.0
	2.00	63	16.40	16.4	17.4
	3.00	226	58.90	58.9	76.3
	4.00	91	23.70	23.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

		ระดับการศึกษา			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	139	36.20	36.2	36.2
	2.00	164	42.70	42.7	78.9
	3.00	22	5.70	5.7	84.6
	4.00	59	15.40	15.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

		รายได้			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	156	40.60	40.6	40.6
	2.00	154	40.10	40.1	80.7
	3.00	43	11.20	11.2	91.9
	4.00	31	8.10	8.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักประกันสุขภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	36	9.40	9.4
	2.00	312	81.30	90.6
	3.00	36	9.40	100.0
	Total	384	100.0	100.0



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติเชิงพรรณนา Descriptive Statistics

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้รับบริการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในจังหวัดชุมพร

คุณภาพการให้บริการ

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
คุณภาพ 1	384	1.67	5.00	4.0531	.63104
คุณภาพ 2	384	1.00	5.00	4.1042	.70864
คุณภาพ 3	384	2.25	5.00	4.1335	.61471
คุณภาพ 4	384	2.00	5.00	4.1053	.65475
คุณภาพ 5	384	2.00	5.00	4.1434	.63717
รวมคุณภาพ	384	2.20	5.00	4.1098	.58945
Valid N (listwise)	384				

ด้านความเป็นธรรมของการบริการ

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 6	384	1.00	5.00	3.8542	.78136
ข้อ 7	384	2.00	5.00	4.0677	.72306
ข้อ 8	384	2.00	5.00	4.2370	.69956
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 6. เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	0.26	.3	.3
	2.00	7	1.82	1.8	2.1
	3.00	122	31.77	31.8	33.9
	4.00	171	44.53	44.5	78.4
	5.00	83	21.61	21.6	100.0
Total		384	100.00	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 7. การจัดสถานที่ที่มีความสะอาด สะดวก สบายเหมาะสมต่อการให้บริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	1.30	1.3	1.3
	3.00	73	19.01	19.0	20.3
	4.00	197	51.30	51.3	71.6
	5.00	109	28.39	28.4	100.0
	Total	384	100.00	100.0	

ข้อ 8. การมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ทำให้สะดวก ใกล้บ้าน ไม่รอนาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	1.04	1.0	1.0
	3.00	47	12.24	12.2	13.3
	4.00	187	48.70	48.7	62.0
	5.00	146	38.02	38.0	100.0
	Total	384	100.00	100.0	

ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
ข้อ 9	384	1.00	5.00	4.0781	.74689	
ข้อ 10	384	1.00	5.00	4.1302	.76046	
ข้อ 11	384	2.00	5.00	4.1589	.69558	
Valid N (listwise)	384					

ข้อ 9.เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจในการให้บริการ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	6	1.6	1.6	1.8
	3.00	69	18.0	18.0	19.8
	4.00	194	50.5	50.5	70.3
	5.00	114	29.7	29.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 10.เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3
	2.00	5	1.3	1.6
	3.00	68	17.7	19.3
	4.00	179	46.6	65.9
	5.00	131	34.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0

ข้อ 11.เจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการเมื่อผู้รับบริการร้องขอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	.8	.8
	3.00	58	15.1	15.9
	4.00	198	51.6	67.4
	5.00	125	32.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0

ด้านความน่าเชื่อถือ

	N	Descriptive Statistics		Mean	Std. Deviation
		Minimum	Maximum		
ข้อ 12	384	2.00	5.00	4.0964	.74651
ข้อ 13	384	2.00	5.00	4.1562	.72014
ข้อ 14	384	2.00	5.00	4.1224	.69547
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 12.การให้บริการเป็นไปตามเวลาราชการกำหนด

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	3.1	3.1
	3.00	54	14.1	17.2
	4.00	203	52.9	70.1
	5.00	115	29.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 13.เจ้าหน้าที่ทำให้รู้สึกน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	7	1.8	1.8
	3.00	53	13.8	15.6
Valid	4.00	197	51.3	66.9
	5.00	127	33.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0

ข้อ 14.การบริการมีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	5	1.3	1.3
	3.00	57	14.8	16.1
Valid	4.00	208	54.2	70.3
	5.00	114	29.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0

ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 15	384	2.00	5.00	4.0911	.72948
ข้อ 16	384	2.00	5.00	4.1276	.72036
ข้อ 17	384	2.00	5.00	4.0964	.73238
Valid N (listwise)	384				

15.เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการและแก้ไขปัญหาตามที่ผู้รับบริการต้องการได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	6	1.6	1.6
	3.00	68	17.7	19.3
Valid	4.00	195	50.8	70.1
	5.00	115	29.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16.เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และให้บริการด้วยความเต็มใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	6	1.6	1.6
	3.00	60	15.6	17.2
Valid	4.00	197	51.3	68.5
	5.00	121	31.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

17.เจ้าหน้าที่เข้าใจความต้องการเร่งด่วนของผู้รับบริการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	7	1.8	1.8
	3.00	65	16.9	18.8
Valid	4.00	196	51.0	69.8
	5.00	116	30.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 18	384	2.00	5.00	4.1563	.67909
ข้อ 19	384	2.00	5.00	4.1510	.71763
ข้อ 20	384	1.00	5.00	4.1224	.71033
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 18.การให้บริการมีความปลอดภัย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	4	1.0	1.0
	3.00	51	13.3	14.3
Valid	4.00	210	54.7	69.0
	5.00	119	31.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 19. ผู้รับบริการมีความรู้สึกมั่นใจในการให้บริการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	6	1.6	1.6
	3.00	56	14.6	16.1
Valid	4.00	196	51.0	67.2
	5.00	126	32.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 20. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1.00	1	.3	.3
	2.00	4	1.0	1.3
Valid	3.00	58	15.1	16.4
	4.00	205	53.4	69.8
	5.00	116	30.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ปัจจัยทางจิตวิทยา

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ปัจจัย 1	384	1.33	5.00	4.1261	.65922
ปัจจัย 2	384	1.67	5.00	4.1910	.60381
ปัจจัย 3	384	2.00	5.00	4.1626	.60356
ปัจจัย 4	384	2.00	5.00	4.2113	.60516
ปัจจัย 5	384	1.33	5.00	4.1573	.64601
รวมปัจจัย	384	1.93	5.00	4.1693	.57171
Valid N (listwise)	384				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจูงใจ

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 21	384	1.00	5.00	3.9922	.78660
ข้อ 22	384	2.00	5.00	4.1536	.75779
ข้อ 23	384	1.00	5.00	4.2318	.80204
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 21.มีการเชิญชวนให้มารับบริการอย่างต่อเนื่อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	3	.8	.8	.8
2.00	10	2.6	2.6	3.4
3.00	72	18.8	18.8	22.1
4.00	201	52.3	52.3	74.5
5.00	98	25.5	25.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 22.มีการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพอยู่เสมอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	9	2.3	2.3	2.3
3.00	58	15.1	15.1	17.4
4.00	182	47.4	47.4	64.8
5.00	135	35.2	35.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 23.มารับบริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	1.0	1.0	1.0
2.00	5	1.3	1.3	2.3
3.00	50	13.0	13.0	15.4
4.00	164	42.7	42.7	58.1
5.00	161	41.9	41.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการรับรู้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 24	384	3.00	5.00	4.2318	.63074
ข้อ 25	384	1.00	5.00	4.1719	.75212
ข้อ 26	384	1.00	5.00	4.1693	.70061
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 24.เครื่องมือเครื่องใช้มีความสะอาด ปราศจากเชื้อ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	42	10.9	10.9	10.9
Valid 4.00	211	54.9	54.9	65.9
Valid 5.00	131	34.1	34.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 25.ท่านได้รับการติดตามเยี่ยมดูแลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพอยู่เสมอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	.5	.5	.5
Valid 2.00	6	1.6	1.6	2.1
Valid 3.00	51	13.3	13.3	15.4
Valid 4.00	190	49.5	49.5	64.8
Valid 5.00	135	35.2	35.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 26.ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเสมอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	.5	.5	.5
Valid 2.00	3	.8	.8	1.3
Valid 3.00	46	12.0	12.0	13.3
Valid 4.00	210	54.7	54.7	68.0
Valid 5.00	123	32.0	32.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการเรียนรู้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 27	384	2.00	5.00	4.1953	.68240
ข้อ 28	384	2.00	5.00	4.1510	.67642
ข้อ 29	384	2.00	5.00	4.1406	.70508
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 27. จากคำแนะนำของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ทำให้ท่านสามารถปฏิบัติตนในการดูแลสุขภาพได้ถูกต้อง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	4	1.0	1.0	1.0
3.00	47	12.2	12.2	13.3
Valid 4.00	203	52.9	52.9	66.1
5.00	130	33.9	33.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 28. ท่านได้รับการส่งต่อที่สะดวกรวดเร็ว ในกรณีที่การรักษานั้นเกินขีดความสามารถของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	2	.5	.5	.5
3.00	57	14.8	14.8	15.4
Valid 4.00	206	53.6	53.6	69.0
5.00	119	31.0	31.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 29. ท่านมั่นใจว่าโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	5	1.3	1.3	1.3
3.00	57	14.8	14.8	16.1
Valid 4.00	201	52.3	52.3	68.5
5.00	121	31.5	31.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านบุคลิกภาพ

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 30	384	2.00	5.00	4.2578	.68835
ข้อ 31	384	2.00	5.00	4.2552	.64430
ข้อ 32	384	1.00	5.00	4.1198	.73070
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 30.เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาดเรียบร้อย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	3	.8	.8	.8
3.00	45	11.7	11.7	12.5
Valid 4.00	186	48.4	48.4	60.9
5.00	150	39.1	39.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 31.เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	1	.3	.3	.3
3.00	40	10.4	10.4	10.7
Valid 4.00	203	52.9	52.9	63.5
5.00	140	36.5	36.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 32.เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	1	.3	.3	.3
2.00	5	1.3	1.3	1.6
Valid 3.00	61	15.9	15.9	17.4
4.00	197	51.3	51.3	68.8
5.00	120	31.3	31.3	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านทัศนคติ

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 33	384	2.00	5.00	4.1589	.70305
ข้อ 34	384	1.00	5.00	4.1901	.73893
ข้อ 35	384	1.00	5.00	4.1224	.72488
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 33.เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจต่อผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	4	1.0	1.0
	3.00	57	14.8	15.9
Valid	4.00	197	51.3	67.2
	5.00	126	32.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 34.โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้บริการ ด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1.00	2	.5	.5
	2.00	3	.8	1.3
Valid	3.00	54	14.1	15.4
	4.00	186	48.4	63.8
	5.00	139	36.2	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 35.เจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้รับบริการได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1.00	1	.3	.3
	2.00	3	.8	1.0
Valid	3.00	65	16.9	18.0
	4.00	194	50.5	68.5
	5.00	121	31.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ความจงรักภักดี 1	384	1.67	5.00	4.1893	.62709
ความจงรักภักดี 2	384	1.00	5.00	4.1643	.66556
ความจงรักภักดี 3	384	1.67	5.00	4.1409	.66375
รวมความจงรักภักดี	384	1.78	5.00	4.1650	.61757
Valid N (listwise)	384				

ด้านความพึงพอใจ

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 36	384	1.00	5.00	4.1094	.72517
ข้อ 37	384	2.00	5.00	4.2526	.70525
ข้อ 38	384	2.00	5.00	4.2057	.66769
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 36. ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.00	2	.5	.5	.5
2.00	4	1.0	1.0	1.6
3.00	58	15.1	15.1	16.7
4.00	206	53.6	53.6	70.3
5.00	114	29.7	29.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 37. ท่านได้รับความสะดวกสบายในการมารับบริการ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.00	6	1.6	1.6	1.6
3.00	41	10.7	10.7	12.2
4.00	187	48.7	48.7	60.9
5.00	150	39.1	39.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 38.เจ้าหน้าที่ที่มีการให้บริการที่เป็นกันเอง มีความน่าไว้วางใจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	4	1.0	1.0
	3.00	42	10.9	12.0
Valid	4.00	209	54.4	66.4
	5.00	129	33.6	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ด้านการกลับมารับบริการซ้ำ

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ข้อ 39	384	1.00	5.00	4.2083	.72503
ข้อ 40	384	1.00	5.00	4.1771	.75091
ข้อ 41	384	1.00	5.00	4.1068	.74157
Valid N (listwise)	384				

ข้อ 39.ท่านมีแนวโน้มที่จะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในครั้งต่อไป

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1.00	2	.5	.5
	2.00	5	1.3	1.8
Valid	3.00	42	10.9	12.8
	4.00	197	51.3	64.1
	5.00	138	35.9	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 40.ท่านจะมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล แม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ไปรับบริการที่อื่น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1.00	2	.5	.5
	2.00	5	1.3	1.8
Valid	3.00	53	13.8	15.6
	4.00	187	48.7	64.3
	5.00	137	35.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 41.เมื่อเจ็บป่วยท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเป็นที่แรกเสมอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	.5	.5	.5
2.00	8	2.1	2.1	2.6
3.00	51	13.3	13.3	15.9
4.00	209	54.4	54.4	70.3
5.00	114	29.7	29.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ด้านการแนะนำบอกต่อ

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
ข้อ 42	384	1.00	5.00	4.1250	.71171	
ข้อ 43	384	1.00	5.00	4.1354	.77318	
ข้อ 44	384	2.00	5.00	4.1615	.69310	
Valid N (listwise)	384					

ข้อ 42.ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.3	.3	.3
2.00	3	.8	.8	1.0
3.00	61	15.9	15.9	16.9
4.00	201	52.3	52.3	69.3
5.00	118	30.7	30.7	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ 43.หากมีคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวเจ็บป่วยท่านจะพมารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1.00	1	.3	.3
	2.00	10	2.6	2.9
Valid	3.00	56	14.6	17.4
	4.00	186	48.4	65.9
	5.00	131	34.1	100.0
Total	384	100.0	100.0	

ข้อ 44.ท่านมีการบอกต่อถึงการบริการที่ดีของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลให้ญาติหรือคนรู้จักของท่านเสมอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2.00	5	1.3	1.3
	3.00	51	13.3	14.6
Valid	4.00	205	53.4	68.0
	5.00	123	32.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติเชิงอนุมาน Regression

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X₁) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (X₂) การตอบสนองต่อลูกค้า (X₃) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X₄) และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (X₅)

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5
x1	Pearson Correlation	1	.748**	.759**	.735**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384
x2	Pearson Correlation	.748**	1	.824**	.818**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384
x3	Pearson Correlation	.759**	.824**	1	.837**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384
x4	Pearson Correlation	.735**	.818**	.837**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384
x5	Pearson Correlation	.721**	.783**	.836**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x5, x1, x2, x4, x3 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: ความจงรักภักดี

b. All requested variables entered.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ในอินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.642	.36938

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x2, x4, x3

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	94.499	5	18.900	138.518	.000 ^b
Residual	51.575	378	.136		
Total	146.074	383			

a. Dependent Variable: ความจงรักภักดี

b. Predictors: (Constant), x5, x1, x2, x4, x3

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.746	.136		5.496	.000		
x1	.044	.049	.045	.882	.378	.367	2.726
x2	.088	.053	.101	1.667	.096	.253	3.957
x3	.291	.073	.289	3.986	.000	.177	5.637
x4	.211	.066	.223	3.185	.002	.190	5.268
x5	.196	.065	.203	3.030	.003	.209	4.793

a. Dependent Variable: ความจงรักภักดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระปัจจัยทางจิตวิทยาทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย การจูงใจ (X_6) การรับรู้ (X_7) การเรียนรู้ (X_8) บุคลิกภาพ (X_9) และทัศนคติ (X_{10})

Correlations

		x6	x7	x8	x9	x10
x6	Pearson Correlation	1	.791**	.787**	.796**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384
x7	Pearson Correlation	.791**	1	.805**	.805**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384
x8	Pearson Correlation	.787**	.805**	1	.830**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384
x9	Pearson Correlation	.796**	.805**	.830**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384
x10	Pearson Correlation	.767**	.775**	.809**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x10, x6, x7, x8, x9 ^b		Enter

a. Dependent Variable: ความจงรักภักดี

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	.823	.820	.26167

a. Predictors: (Constant), x10, x6, x7, x8, x9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.192	5	24.038	351.075	.000 ^b
	Residual	25.882	378	.068		
	Total	146.074	383			

a. Dependent Variable: ความจงรักภักดี

b. Predictors: (Constant), x10, x6, x7, x8, x9

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.197	.100		1.970	.050	
	x6	.156	.038	.167	4.080	.000	.280
	x7	.018	.043	.018	.425	.671	.259
	x8	.095	.046	.093	2.071	.039	.231
	x9	.292	.051	.286	5.690	.000	.186
	x10	.390	.044	.408	8.883	.000	.223

a. Dependent Variable: ความจงรักภักดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวรัตนกร พลายด่าง

วัน เดือน ปีเกิด 25 พฤศจิกายน 2534 ที่จังหวัดชุมพร

ที่อยู่ 76/13 หมู่ที่ 4 ตำบลดอนยาง อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86210

ประวัติการศึกษา 2557 สาธารณสุขศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการโรงพยาบาล มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสมุทรปราการ

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ.2557-2558 เจ้าหน้าที่ประกันสัมพันธ์ โรงพยาบาลพญาไท 1

พ.ศ.2558-ปัจจุบัน นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านบางแหวน สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้