

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาด และศึกษาผลการให้บริการตามแนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาดของบุคลากรผู้ให้บริการในแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การพัฒนาแนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาดของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา” แก่บุคลากรผู้ให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอก จำนวน 9 คน ประเมินผลการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามความรู้ในการพัฒนาแนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาด ก่อน หลังอบรม และหลังปฏิบัติ 1 เดือน แบบสอบถามการปฏิบัติแนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาด หลังปฏิบัติ 1 เดือน และประเมินผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการ จำนวน 394 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือแบบทดสอบดังกล่าว ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ และทดสอบความเชื่อมั่น โดยแบบทดสอบความรู้ใช้สูตร KR-20 (Kuder-Richardson) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.91 แบบทดสอบการปฏิบัติและความพึงพอใจใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.97 และ 0.87 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS/FW (Statistical package for the Social Science/For Window) ในการหาค่าแจกแจง ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้โดยใช้สถิติ The Friedman test

ผลการศึกษาพบว่า

1. แนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาดของแผนกผู้ป่วยนอก เป็นแนวทางในการให้บริการ ประกอบด้วย ขั้นตอนการให้บริการในแผนกผู้ป่วยนอก ตัวอย่างการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด การวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด โดยจัดทำเป็นคู่มือ “แนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาดของบุคลากรผู้ให้บริการ โรงพยาบาลโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา”

2. ความรู้ ในการพัฒนาแนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาด ก่อนอบรม หลังการอบรม และหลังจากนำไปปฏิบัติแล้ว 1 เดือน โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า $X_r^2 = 111.5, p < .05$)

3. ระดับของการปฏิบัติ แนวทางการให้บริการโดยใช้แนวคิดการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69, SD = .65$)

4. ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.20, SD = .27$)

จากการศึกษาครั้งนี้จะเห็นได้ว่า การนำแนวคิดการตลาดมาใช้เพื่อให้บริการด้านสุขภาพ จะเป็นการพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ และเกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุณค่า รู้สึกไม่สูญเสีย ไม่เปลี่ยนใจไปรับบริการที่อื่นและมีการรับบริการอย่างต่อเนื่อง