



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปริญญา

บริหารธุรกิจ

บริหารธุรกิจ

สาขา

คณะ

เรื่อง ปัจจัยของคุณภาพโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ
ในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง

The Factor of Logistics Quality on Client Satisfaction and Loyalty
in Medical Schools Hospital using Structural Equation Modeling

นามผู้วิจัย นางสาววิภาวัลย์ แซ่โจ้ว

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์สวัสดิ์ วรรณรัตน์, D.B.A.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิภย์รัตน์ เลาหิเชียร, Ph.D.)

ประธานสาขาวิชา

(อาจารย์นันทวุฒิ ลือมรสิริ, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยของคุณภาพโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ
ในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง

The Factor of Logistics Quality on Client Satisfaction and Loyalty
in Medical Schools Hospital Using Structural Equation Modeling

โดย

นางสาววิภาวัลย์ แซ่โจ้ว

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิภาวัลย์ แซ่โจ้ว 2557 : ปัจจัยของคุณภาพโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์สวัสดิ์ วรรณรัตน์, D.B.A. 144 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจของคุณภาพบริการ 2) อิทธิพลของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 3) อิทธิพลของคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 4) อิทธิพลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกใน โรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำนวนโรงพยาบาลมีทั้งหมด 6 แห่ง กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 420 คน และได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจซึ่งใช้จัดกลุ่มและสร้างปัจจัยใหม่ หลังจากนั้นแบบจำลองถูกตรวจสอบโดยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน และใช้สถิติพรรณนาวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการ โครงสร้าง ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองมีความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยคุณภาพบริการ โลจิสติกส์และคุณภาพบริการใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจและยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ โรงพยาบาลควรเพิ่มระดับความสำคัญและสนับสนุนคุณภาพบริการ โลจิสติกส์และคุณภาพบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ให้บริการในระหว่างการรอคอย เป็นต้น เนื่องจากสามารถเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

Wipawan Sae-ngow 2014: The Impact of Service Quality On Client Satisfaction and Loyalty In Medical Schools Hospital Using Structural Equation Modeling. Master of Business Administration, Major Field: Business Administration, Faculty of Business Administration. Thesis Advisor: Mr. Sawat Wanarat, D.B.A. 144 pages.

The aims of this study were 1) to explore logistics service quality influencing client satisfaction 2) to explore service quality influencing client satisfaction, 3) to explore client satisfaction influencing client loyalty. The samplings were 6 Medical School Hospitals in Bangkok, 420 Outpatient department client for each Medical School Hospitals. The Exploratory factor analysis (EFA) is used to group and create the new factors the model was confirmed by Confirmatory factor analysis (CFA). Structural equation modeling (SEM) at the 0.05 level of significance.

The results indicated that the model fit into the empirical data. The logistics service quality and service quality had direct influencing on client satisfaction. The logistics service quality and service quality had indirect influencing on client loyalty. The client satisfaction had direct influencing on client loyalty.

The research outcomes showed that the hospitals should pay more attention and support logistics service quality and service quality for the higher performance such as treating those waiting for seeing a doctor well, because service quality is the factor to impact on client satisfactions and loyalty.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิตยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจาก ดร.สวัสดี วรรณรัตน์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร กรรมการที่ปรึกษาร่วม ที่ท่านทั้งสองได้เสียสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำปรึกษาแนะนำและข้อเสนอแนะแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ตลอดจนให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งในการตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่ช่วยประสิทธิประสาทวิชาแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่กรุณาตอบแบบสอบถามและผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือให้การศึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ พ่อคุณแม่ รวมถึงญาติทุก ๆ ท่าน ที่คอยให้คำปรึกษาที่ดี และให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านตลอดมา ผู้วิจัยขอขอบคุณความดีของงานวิจัยฉบับนี้ แด่บุพการี ที่ให้การสนับสนุนและให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัย หากมีข้อผิดพลาดประการใดอันเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอนอรับและขออภัยอย่างสูงในความผิดพลาดนั้น

วิภาวัลย์ แซ่ไว้ว

มิถุนายน 2557

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ	12
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	23
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี	31
โรงพยาบาลรัฐบาลในประเทศไทย	37
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	40
กรอบแนวคิดในงานวิจัย	71
สมมติฐานการวิจัย	72
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	73
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	73
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	76
การสร้างเครื่องมือวัด	81
การทดสอบเครื่องมือ	85
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	86
การตรวจสอบข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	87
ขั้นตอนและวิธีการวิเคราะห์การวิจัย	89

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	93
ผลการวิจัย	93
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความครบถ้วนของข้อมูลและค่าที่ผิดปกติของตัวแปร	96
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความเชื่อมั่นและความปกติของข้อมูล ของตัวแปร	97
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปร	100
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	102
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์	105
ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ	106
ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	109
ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการ	110
ส่วนที่ 9 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	111
ส่วนที่ 10 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดี	112
ข้อวิจารณ์	119
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	121
สรุปผลการวิจัย	121
ข้อเสนอแนะ	123
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	126
ภาคผนวก	137
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	144

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สรุปการทบทวนวรรณกรรม	51
2	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม โรงพยาบาลวิทยาลัยแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	75
3	สรุปแหล่งที่มาของแบบสอบถาม	82
4	ผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค	85
5	สรุปสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน	92
6	แสดงค่าที่ผิดปกติของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของ โมเดลสมการโครงสร้างของคุณภาพ โลจิสติกส์ ความพึงพอใจและ ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	97
7	แสดงผลของความเชื่อมั่นของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค	98
8	แสดงค่าน้ำหนักความปกติของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ ของโมเดลสมการโครงสร้างของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	98
9	แสดงค่าน้ำหนักการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปร	101
10	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์	105
12	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ	106
13	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	109
14	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	110
15	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของโมเดลสมการ โครงสร้างของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	112
16	แสดงค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการ โครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัย	113
17	แสดงความเที่ยง (Composite Reliability : CR) ของตัวแปรแฝง ความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average Variance Extracted : AVE)	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	แสดงค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	117
19	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	119

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองคุณภาพบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของการให้บริการของลูกค้า	21
2	มิติของความจงรักภักดี	35
3	การแบ่งประเภทของโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลต่าง ๆ ตามขีดความสามารถ	40
4	กรอบแนวคิดในการวิจัย	71
5	ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีโมเดลสมการโครงสร้างก่อนทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ	90
6	กรอบแนวคิดในการวิจัยหลังทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ	91
7	ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีโมเดลสมการโครงสร้าง	114

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงทุกวันนี้ ทำให้บริษัทต่าง ๆ ต้องพยายามเปลี่ยนแปลงแนวทางในการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อบริษัท และจากแนวโน้มทางเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปี 2009 เป็นต้นมา มีการปรับตัวที่ดีขึ้นโดยปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ คือ การส่งออกสินค้าของไทยรวมทั้งธุรกิจบริการและในวงการธุรกิจส่วนใหญ่ของประเทศไทยจำเป็นที่จะต้องมีการลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันซึ่งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจส่วนใหญ่จึงได้เริ่มหันมาลงทุนและให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริหารโลจิสติกส์ เนื่องจากเป็นแนวทางหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการลดต้นทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจในยุคปัจจุบันได้ โดยโลจิสติกส์เป็นระบบที่จัดการการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บสินค้าตั้งแต่สินค้านั้นยังเป็นวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิตจนกระทั่งสินค้านั้นถูกส่งออกไปกับผู้บริโภคหน่วยสุดท้ายอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับประเทศไทยแล้วการนำโลจิสติกส์มาใช้ธุรกิจด้านสุขภาพถือว่าเป็นเรื่องใหม่ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วหลักการคล้ายกับธุรกิจอื่น ๆ แต่แตกต่างกันที่เป้าหมายสูงสุดของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจอื่นอาจมีเป้าหมายเพื่อยอดขายสูงสุด กำไรสูงสุดหรือสร้างต้นทุนต่ำสุด แต่การบริหารโลจิสติกส์ในธุรกิจสุขภาพจะเน้นความปลอดภัยของผู้ป่วยเป็นเป้าหมายแรก การลดต้นทุนเป็นเพียงเป้าหมายรองเท่านั้น ธุรกิจโรงพยาบาลจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่เริ่มนำการบริหารโลจิสติกส์เข้ามาประยุกต์ใช้ เนื่องจากในระบบการบริหารเวชภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น จะเริ่มต้นจากกระบวนการการคัดเลือกยา เพื่อให้ได้ยาที่ดีมีคุณภาพและมีความคุ้มค่า รวมทั้งต้องสามารถจัดหาให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ป่วยและสำรองยาในปริมาณที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังต้องเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ยาให้อยู่ในสถานะที่เหมาะสมตลอดกระบวนการกระจายยา ไม่ก่อให้เกิดความ

สูญเสียเพราะยาที่เสื่อมคุณภาพย่อมไม่อาจให้ผลการรักษาที่ดี ทำให้โรงพยาบาลสูญเสียงบประมาณอย่างไม่สมควร อีกทั้งยังอาจก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ป่วย (วรกมล หุตะจู่ทะและปรารธนา ปุณณกิติเกษม, 2553)

การนำโลจิสติกส์มาใช้ในโรงพยาบาลนั้น สามารถใช้ในระบบการบริหารจัดการที่มีทั้งการไหลของคนไข้ เวชภัณฑ์ หมอ พยาบาล เอกสารต่าง ๆ และการจัดการทรัพยากรที่มีทั้งยา เคมีภัณฑ์ ห้างต่าง ๆ อุปกรณ์การแพทย์ โดยเป้าหมาย คือ การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง มีความรวดเร็วและถูกต้องของการขนส่งยาเวชภัณฑ์ เอกสารทางการแพทย์ สิ่งส่งตรวจและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ทำให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและลดความผิดพลาดจากการทำงานในทุกกระบวนการลงได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันการบริหารจัดการข้างต้นยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก บ้างโรงพยาบาลมียาและเวชภัณฑ์ในสต็อกหลายล้านบาทแต่เป็นยาที่มีการใช้น้อยจนกระทั่งเป็นยาที่เสียหายจากสภาพการจัดการเก็บที่ไม่ได้มาตรฐานและหมดอายุ ส่วนยาที่ต้องการใช้มากกลับมีไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ ทำให้ผู้ป่วยขาดโอกาสที่จะได้รับการรักษาที่ทันทั่วถึง ซึ่งการมีมากหรือน้อยเกินไปจัดว่าเป็นความสูญเสียทั้งสิ้น (ณรงค์ฤทธิ์ กาละพุด, 2553)

นอกจากโลจิสติกส์แล้วการประเมินคุณภาพในการให้บริการทางการแพทย์ก็มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด คุณภาพของอาหารในโรงพยาบาลหรือทัศนคติของบุคลากรในโรงพยาบาลมากกว่าคุณภาพในเชิงเทคนิค เนื่องจากผู้ป่วยส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพของการวินิจฉัยโรคและประสิทธิภาพของกระบวนการรักษา และไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างศักยภาพในการดูแลซึ่งเป็นส่วนปฏิบัติการและศักยภาพในการรักษาซึ่งเป็นส่วนเทคนิคของโรงพยาบาลได้ ทำให้คุณภาพในเชิงเทคนิคไม่สามารถใช้อธิบายคุณภาพของการบริการทางการแพทย์ได้ในมุมมองของผู้มาใช้บริการ แม้ว่าคุณภาพในเชิงเทคนิคจะมีความสำคัญต่อผู้ป่วยมากกว่าก็ตาม แต่ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ป่วยกับการบริการของโรงพยาบาลก็ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ป่วยกับโรงพยาบาลด้วย (กนกพร ลีลาเทพินทร์และคณะ, 2554) อีกทั้งโรงพยาบาลส่วนใหญ่มักจะมีบริการประเภทเดียวกัน แต่โรงพยาบาลเหล่านั้นไม่ได้มีคุณภาพการบริการที่เหมือนกัน และในยุคที่ผู้บริโภคมีทางเลือกที่มากขึ้น การ

เรียกเรื่องการบริการที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพจึงมากขึ้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จึงหันไปใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งเป็นที่ทราบกันว่าค่าใช้จ่ายสูงกว่า ด้วยเชื่อมั่นว่าคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเอกชนมีมาตรฐานที่ดีกว่า และมีความเสี่ยงในการรักษาน้อยกว่าโรงพยาบาลรัฐบาล ดังนั้นโรงพยาบาลรัฐบาลจำเป็นต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการให้บริการและการดูแลผู้ป่วยอย่างต่อเนื่อง (จุไรรัตน์ ชุตินันท์, 2554)

จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาผลกระทบของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการ โครงสร้าง ซึ่งผลการศึกษาคั้งนี้ที่ได้จากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและเสริมสร้างประสิทธิภาพโรงพยาบาลให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจของคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ , อายุ , อาชีพ , ระดับการศึกษาสูงสุดและ รายได้ต่อเดือน ของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์

1.2 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ ได้แก่ การตรงต่อเวลาและการจัดการคำสั่งซื้อ ที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์

1.3 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือ ใจกว้างใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการและความเข้าใจและเห็นอก เห็นใจในผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์

1.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียน แพทยศาสตร์

1.5 ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกใน โรงพยาบาล โรงเรียน แพทยศาสตร์

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วย นอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลวชิรพยาบาลและโรงพยาบาลราชวิถี โดยไม่ทราบจำนวนประชากร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2557 ถึง มีนาคม 2557

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์
2. เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการ เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาความพึงพอใจ เพื่อตอบสนองต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์

นิยามศัพท์

ผู้ให้บริการแผนกผู้ป่วยนอก หมายถึง ผู้ป่วยที่มาโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์ ซึ่งได้รับการตรวจวินิจฉัยจากแพทย์ที่ห้องตรวจงานผู้ป่วยนอก (เกศนิภา สนมวัฒน์วงศ์, 2553)

โรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์ หมายถึง โรงพยาบาลในมหาวิทยาลัยและโรงเรียนแพทย์ของคณะแพทยศาสตร์หรือวิทยาลัยแพทยศาสตร์ต่าง ๆ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2557)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง การตอบสนองทางอารมณ์ที่เป็นข้อบ่งชี้ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการให้บริการที่นำไปสู่ความรู้สึกเชิงบวกที่ทำให้เกิดความคาดหวังต่อผู้ให้บริการ (Udo *et al.*, 2010)

ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ หมายถึง ความผูกพันที่มีต่อโรงพยาบาลอยู่บนพื้นฐานของทัศนคติ โดยที่ผู้ให้บริการมีความมุ่งมั่นอย่างยิ่งที่จะมีการใช้บริการต่อหรือสนับสนุนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการแนะนำชักชวนผู้อื่นให้มาใช้บริการ (ศตวรรษ อันลิมกัณฑ์, 2554)

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ หมายถึง การรับรู้ของกิจกรรมโลจิสติกส์ ดำเนินการโดยผู้ให้บริการที่นำไปสู่การสอดคล้องกับคุณภาพ การผลิตและประสิทธิภาพ องค์ประกอบการดำเนินงานจะรวมถึงคุณสมบัติทางกายภาพของบริการ (Davis, 2006)



บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้ได้ตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยของคุณภาพ โลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการ โครงสร้าง ซึ่งประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี
5. โรงพยาบาลรัฐบาลในประเทศไทย
6. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการศึกษา
8. สมมติฐานการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์

ความสำคัญของโลจิสติกส์

ในช่วงปี 1980 คำว่า โลจิสติกส์ ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นสนองต่อความต้องการในการรวม กระบวนการหลักทางธุรกิจเข้าด้วยกัน จากผู้บริโภครายสุดท้าย ย้อน ไปจนถึงผู้จัดหารายแรกที่ จัดหาสินค้า บริการและข้อมูลมาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมในบริษัท แนวคิด พื้นฐานของโลจิสติกส์ คือ การที่บริษัททั้งหลายเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งกันและกัน โดยคำนึงถึงความผันผวนของตลาดและกำลังในการผลิต

โลจิสติกส์ได้ถูกนำมาใช้ในการดำเนินการจัดส่งสินค้าจากโรงงานไปยังศูนย์กระจายสินค้า และไปยังร้านค้าปลีกจนถึงมือลูกค้า จนเข้าใจว่าโลจิสติกส์ คือ การขนส่ง อย่างเป็นอยู่ในปัจจุบัน ต่อมาในปี ค.ศ. 1986 กลุ่มวิชาชีพและองค์กรทางด้านโลจิสติกส์ในสหรัฐอเมริกาได้ก่อตั้งสภาการจัดการโลจิสติกส์ (Council of Logistics Management, CLM) ขึ้นและได้ให้ความจำกัดความของโลจิสติกส์ไว้ดังต่อไปนี้

โลจิสติกส์ คือ กระบวนการวางแผน (Process of Planning) , การนำไปใช้งาน (Implementing) พร้อมกับการควบคุม (Controlling) อย่างมีประสิทธิภาพของการไหลและการเคลื่อนที่พร้อมด้วยการจัดเก็บของวัตถุดิบ (Storage of Raw Materials), สินค้าคงคลังระหว่างกระบวนการ (Work in Process Inventory) และสินค้าสำเร็จรูป (Finished Goods Inventory) ตลอดจนข้อมูล (Information) ที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นของการจัดการ (Point of Origin) จนถึงจุดจบของการบริโภค (Point of Consumption) โดยมีความมุ่งหมายที่จะให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (วันพีช สร้อยระย้า, 2545)

แนวคิดของคุณภาพบริการโลจิสติกส์

ในช่วงปี 1980 คุณภาพบริการมีทั้งรูปแบบที่มีความสำคัญทั้งในด้านการตลาดและการวิจัยทางโลจิสติกส์ควบคู่ไปกับการสนใจทางด้านคุณภาพ การจัดการคุณภาพและความพึงพอใจในบริษัท เช่น การวิจัยของ Millen *et al.* (1999) กล่าวว่า การปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้ามีประโยชน์ที่สำคัญของคุณภาพบริการโลจิสติกส์และจากการที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมีวิจัยที่แสดงถึงแนวคิดของคุณภาพบริการโลจิสติกส์อย่างหลากหลาย ดังเช่น

Bienstock *et al.* (2008) กล่าวว่า กิจกรรมโลจิสติกส์เริ่มมาจากเวลา สถานที่และผลประโยชน์ช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างประโยชน์ของบริการโลจิสติกส์มี 7 ประเภท คือ การส่งมอบในจำนวน ผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ถูกต้องและสถานที่ สภาพ เวลา ราคาที่เหมาะสม

Davis (2006) กล่าวว่า คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ หมายถึง การรับรู้ของกิจกรรม โลจิสติกส์ ดำเนินการ โดยผู้ให้บริการที่นำไปสู่การสอดคล้องกับคุณภาพ การผลิตและประสิทธิภาพ องค์ประกอบการดำเนินงานจะรวมถึงคุณสมบัติทางกายภาพของบริการ เช่น ลักษณะของการจัดส่ง ที่กำหนดโดยการควบคุม เวลาและสถานที่ สาธารณูปโภคของการบริการ

Gil-Saura *et al.* (2011) กล่าวว่า โลจิสติกส์ คือ การจัดการของการดำเนินงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อกิจการ การจัดเก็บ การขนส่งและการส่งมอบสินค้า ซึ่งปัจจัยที่มีผล คือ การตรง เวลาและความน่าเชื่อถือ และได้มีการเพิ่มการสื่อสารให้เป็นความสามารถในการให้บริการข้อมูล เกี่ยวกับการประมาณวันจัดส่ง การพร้อมของสินค้าคงคลังและการพยากรณ์ของการยกเลิกหรือ สินค้าล่าช้า

Huang *et al.* (2009) กล่าวว่า การบริการลูกค้าได้กลายเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการแข่งขันในตลาด โลจิสติกส์ทั่วโลก โลจิสติกส์ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่ง คุณภาพของ ประสิทธิภาพการบริการ โลจิสติกส์เป็นองค์ประกอบทางการตลาดที่สำคัญที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจลูกค้า และบริษัทบางที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้ประสบความสำเร็จได้จากความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับลูกค้าโดยการประสานงานกับฝ่ายตลาด

Kersten *et al.* (2010) กล่าวว่า การวัดคุณภาพบริการ โลจิสติกส์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ศักยภาพ ขั้นตอนและผลลัพธ์ โดยศักยภาพการบริการอธิบายถึงความสามารถของผู้ให้บริการที่ตระหนักถึงการให้บริการผ่านมนุษย์และวัตถุดิบ ส่วนขั้นตอนเป็นส่วนที่จับต้องไม่ได้วัดจากการผลิตและการบริโภค และผลลัพธ์เป็นส่วนการวิเคราะห์คุณภาพบริการ โลจิสติกส์โดยดูจากลูกค้าว่า มีความสนใจอย่างไรกับการบริการหรือการใช้สินค้า

Saura *et al.* (2008) กล่าวว่า แนวคิดของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ได้รับการศึกษาจากสอง มุมมองที่แตกต่างกัน ตามวัตถุประสงค์และอัตราที่มีคุณภาพ มุมมองแรก คุณภาพเกี่ยวข้องกับการปรับตัวของการบริการกับผู้ให้บริการ และการบริการในอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพโดยมีการประเมิน

ที่ถูกต้องทุกขั้นตอนและการดำเนินการที่จำเป็นเพื่อส่งมอบบริการ เปรียบเสมือนขั้นตอนในการผลิตสินค้า โดยการพิจารณาจากบริการที่สามารถสังเกตและมีคุณลักษณะที่สามารถประเมินผลได้ มุมมองที่สอง การประเมินคุณภาพกับลูกค้าที่เป็นอัตรที่มีคุณภาพ

Saura *et al.* (2008) กล่าวว่า การจัดการการดำเนินงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเข้าซื้อกิจการ การจัดเก็บ การขนส่งและส่งมอบสินค้า โดยจะประเมินจากปริมาณการสั่งซื้อ คุณภาพสารสนเทศ ขั้นตอนการสั่งซื้อ การสั่งซื้อที่ถูกต้อง เงื่อนไขการสั่งซื้อ คุณภาพการสั่งซื้อ การจัดการความขัดแย้งในการสั่งซื้อ การตรงเวลาและคุณภาพการติดต่อบุคลากร

Su *et al.* (2012) กล่าวว่า การบริการ โลจิสติกส์เป็นตัววัดวิธีการที่ดีของการทำงานอย่างเป็นระบบในการให้บริการผลิตภัณฑ์กับลูกค้าในเวลา พื้นที่และสถานที่ที่เหมาะสม โดยการประเมินการดำเนินการภายในจะวัดจากความพร้อม รอบเวลาการสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้าตรงเวลาและการรับรู้ของลูกค้า

Thai (2013) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ โลจิสติกส์ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ คุณภาพบุคลากร คุณภาพสารสนเทศ การสั่งซื้อที่แน่นอน ความสมบูรณ์ของสินค้า การจัดการกับความผิดพลาดและการตรงเวลา โดยคุณภาพบริการ โลจิสติกส์จะคำนึงถึงผู้ให้บริการและการรับรู้ของลูกค้า

หลักการของคุณภาพบริการโลจิสติกส์

คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ (Logistics service quality) คือ การสร้างให้เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งถือเป็นส่วนประกอบทางการตลาดที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จากการศึกษาครั้งนี้จะเน้นเฉพาะหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ ประกอบด้วย 9 ปัจจัย ดังนี้ (รัชกุล กัลยาธวานนท์และคณะ, 2552)

1. คุณภาพการติดต่อส่วนบุคคล (Personal contact quality) คือ ผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์มีความรู้ความเชี่ยวชาญและเข้าใจในความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ในทุก ๆ กรณี เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ
2. ปริมาณการสั่งซื้อ (Order release quantities) คือ การมีสินค้าไว้เพียงพอเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทั่วถึงและสามารถตอบสนองได้ตรงตามปริมาณที่ลูกค้าต้องการ
3. คุณภาพสารสนเทศ (Information quality) คือ การจัดเตรียมข้อมูลในเรื่องตัวแทนจำหน่ายของลูกค้า โดยมีข้อมูลครบถ้วนและมากเพียงพอที่ลูกค้าสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของตัวแทนจำหน่ายแต่ละรายได้
4. ขั้นตอนการสั่งซื้อ (Ordering procedures) กระบวนการและขั้นตอนที่ต่อเนื่องมาจากตัวแทนจำหน่ายต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยที่ขั้นตอนนั้นจะต้องง่ายต่อการใช้งาน
5. ความถูกต้องในการสั่งซื้อ (Order accuracy) การจัดส่งสินค้าได้ตรงตามจำนวนและสินค้านั้นถูกต้องตามคำสั่งซื้อ ไม่เกิดความผิดพลาด
6. เงื่อนไขการสั่งซื้อ (Order condition) การที่สินค้าถูกจัดส่งไปถึงลูกค้าได้อย่างปลอดภัยไม่ได้รับความเสียหาย
7. คุณภาพในการสั่งซื้อ (Order quality) สินค้าหรือการบริการต้องมีคุณภาพ สามารถใช้งานหรือรับรู้ได้เป็นอย่างดี

8. การจัดการกับการสั่งซื้อที่มีปัญหา (Order discrepancy handling) ความสามารถในการจัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น เมื่อสินค้าเกิดความเสียหายหรือการจัดส่งสินค้ามีความผิดพลาดไม่เป็นไปตามคำสั่งซื้อ

9. การตรงต่อเวลา (Timeliness) ความสามารถในการบริหารเรื่องของเวลาได้เป็นอย่างดี เช่น ระยะเวลาตั้งแต่ที่ได้รับคำสั่งซื้อจนถึงระยะเวลาที่สินค้าได้ถูกจัดส่งไปให้แก่ลูกค้า การจัดส่งสินค้าได้ตรงตามวันที่ได้ตกลงกันไว้ และระยะเวลาในการเติมเต็มสินค้า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ

ความสำคัญของคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ หมายถึง มโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้ใช้บริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวังกับการบริการที่รับรู้จริงจากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้ให้บริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

คำจำกัดความของคุณภาพ ที่แต่เดิมผู้ผลิตเป็นผู้ผูกขาดในการกำหนดลักษณะพิเศษ จึงเริ่มปรับเปลี่ยนจาก ตรงตามที่ผู้ผลิตกำหนด มาเป็นถูกต้องตรงตามที่ลูกค้ากำหนดมากขึ้นเรื่อย ๆ สินค้าทั้งหลายจึงมีการพัฒนาเรื่องของคุณภาพและการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และเป็นบุคคลสำคัญที่สุดของธุรกิจ คำกล่าวที่ว่า ลูกค้าคือกษัตริย์ อาจไม่เพียงพอ นักธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับลูกค้ามากถึงกับกล่าวว่า ลูกค้าคือพระเจ้า (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2542)

ภายใต้ระบบการผลิตสมัยใหม่และการเอาใจใส่อย่างจริงจังของผู้บริหารธุรกิจทุกระดับ รวมทั้งวิศวกรประจำโรงงานและช่างเทคนิคทุกคน จึงมีการปรับปรุงคุณภาพตั้งแต่การวิจัยและ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การจัดส่งและการบริการ โดยเริ่มผลักดันให้ทุกฝ่ายรับรู้ ข้อมูลที่เป็นความจริงจากงานบริการลูกค้าและเทคโนโลยีสมัยใหม่ และส่งข้อมูลเหล่านั้นย้อนกลับ ไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่อไปอย่างไม่มีสิ้นสุด ทั้งนี้ เพื่อสร้างความประทับใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าและให้เหนือกว่าคู่แข่งตลอดไป

ในธุรกิจอุตสาหกรรม คุณภาพบริการจะเกี่ยวข้องกับกาให้บริการลูกค้าหลังจากที่มีการจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปไปยังลูกค้า ส่วนในธุรกิจบริการ คุณภาพบริการจะเป็นส่วนหนึ่งของตัวสินค้า ซึ่งความรวดเร็วของการให้บริการเป็นคุณภาพอย่างหนึ่งที่วัดได้ไม่ยากนัก แนวคิดสมัยใหม่ธุรกิจ ชี้แนะจะพยายามขยายขอบเขตคุณภาพบริการไปถึงลูกค้าภายในและภายนอก ซึ่งลูกค้าภายใน ได้แก่ กระบวนการหรือขั้นตอนการผลิต หรือคนงานคนต่อไปที่รับงานจากเราไปทำต่อ ส่วนลูกค้า ภายนอก ได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้เข้ามาใช้บริการนั่นเอง

แนวคิดของคุณภาพบริการ

จากการที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมีวิจัยที่แสดงถึงแนวคิดของคุณภาพบริการอย่าง หลากหลาย ดังเช่น

Chakrabarty *et al.* (2008) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพบริการสามารถกำหนดให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าในการส่งมอบบริการ ตั้งแต่การออกแบบที่มีคุณภาพในกระบวนการผลิตโดยใช้ กระบวนการควบคุมคุณภาพทางสถิติ ความคืบหน้าในการควบคุมคุณภาพของการผลิตมีการพัฒนา ก่อนข้างรวดเร็ว

Chang and Liu (2007) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพการบริการสามารถกำหนดทัศนคติที่เกี่ยวข้อง กับการเหนือกว่าหรือความเป็นเลิศในการให้บริการ การรับรู้ของผลที่ได้จากคุณภาพการบริการจาก การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการทำงาน โดยใช้ SERVQUAL เป็นตัววัดการบริการ

Collier and Bienstock (2013) กล่าวว่าไว้ว่า ความคาดหวังไม่จำเป็นในการวัดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ แต่มีการสนับสนุนเพิ่มเติมว่าการรับรู้และการกระทำที่เป็นเหตุผลเป็นพื้นฐานสำหรับการวัดคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์

Fullerton (2005) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพการบริการเป็น โครงสร้างที่ซับซ้อนและเป็นหนึ่งในการตรวจสอบมากที่สุดในตลาด เป็นการประเมินผลโดยรวมของการให้บริการ ส่วนใหญ่จะเป็นการมุ่งเน้นไปยังมิติของ SERVQUAL ที่ใช้วัดความเหมาะสมในการวัดคุณภาพการบริการที่เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการประเมินผลประสิทธิภาพของลูกค้า

Garretson and Clow (1999) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพการบริการมี 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความเชื่อมั่นและการเอาใจใส่ ซึ่งความเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับบริษัท เช่น พนักงาน อุปกรณ์และโครงสร้างทางกายภาพ ความน่าเชื่อเป็นความสามารถที่จะเชื่อถือได้และมีการเก็บรักษานั่นที่ถูกต้องของบริษัท การตอบสนอง หมายถึง ความสามารถของบริษัทในการให้บริการที่รวดเร็วและเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้บริโภค ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสามารถของบริษัทในการให้คำสัญญาและแสดงให้เห็นถึงความซื่อสัตย์สุจริต และการเอาใจใส่เป็นความสามารถของบริษัทที่จะเข้าใจความต้องการของการกระทำเห็นใจและแสดงให้เห็นว่ามีความสนใจลูกค้าอย่างดี

Jamal and Anastasiadou (2009) กล่าวว่าไว้ว่า SERVQUAL สำหรับการวัดคุณภาพการบริการและการรับรู้ของลูกค้าที่มาจากเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ประสิทธิภาพการส่งมอบของบริษัท การรับรู้คุณภาพการบริการถูกมองว่าเป็นระดับและทิศทางของความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของลูกค้า

Lim (2006) กล่าวว่าไว้ว่า การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอาจขยายไปถึงการบริการที่มีประสิทธิภาพที่เกินความคาดหวังอาจมีผลต่อความพึงพอใจแต่ละบุคคลกับการบริการ

Sudibyo (2002) กล่าวว่าไว้ว่า คนเป็นส่วนหนึ่งในการส่งมอบการบริการและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ซื้อ หากพนักงานที่ติดต่อไม่ได้ดำเนินการบริการแล้วเขาจะยังคงเป็นลูกค้าต่อไป แสดงว่าพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง

Vannirajan and Manimaran (2009) กล่าวว่าไว้ว่า ระบบคุณภาพแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของสารสนเทศ รวมถึงคุณภาพของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ของระบบ ซึ่งมีการวัดลักษณะที่สำคัญในการวัดคุณภาพของระบบซอฟต์แวร์ 7 ตัว ได้แก่ ฟังก์ชัน ความน่าเชื่อถือ การใช้งาน ประสิทธิภาพ การบำรุงรักษา การพัฒนาและการจัดการ ระบบคุณภาพสามารถวัดได้โดยการรับรู้ของผู้ใช้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบ เช่น ความสะดวกในการใช้งาน ความสะดวกสบายในการเข้าถึง ความน่าเชื่อถือของระบบ ความคล่องตัวในระบบและการปรับตัว

ลักษณะด้านคุณภาพบริการ

การพิจารณาลักษณะด้านคุณภาพบริการมีความแตกต่างจากลักษณะด้านคุณภาพสินค้า เนื่องจากการให้บริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนจึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ยากกว่าการผลิตสินค้า ในการพิจารณาด้านคุณภาพบริการประกอบด้วยมุมมองด้านต่างๆ ดังนี้ (วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2542)

1. การออกแบบ (Design)

เป็นการพิจารณาว่าการออกแบบบริการตรงตามความต้องการของลูกค้ามากน้อยเพียงใด ในการที่จะให้ได้มาซึ่งการออกแบบที่ดีและมีคุณภาพนั้น ก่อนที่ผู้ให้บริการจะพัฒนาบริการใหม่หรือปรับปรุงบริการที่มีอยู่เดิมจะต้องนำข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้ามาศึกษาอย่างละเอียด เพื่อให้การออกแบบบริการเป็นไปตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นสินค้าใดที่สามารถออกแบบได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากถือว่ามีคุณภาพของการออกแบบสูง

2. การปฏิบัติตามข้อกำหนด (Conformance)

เป็นการเปรียบเทียบระหว่างข้อกำหนดต่างๆ ของบริการ (Specifications) ที่ระบุไว้ในช่วงของการออกแบบกับการให้บริการลูกค้าที่เกิดขึ้นจริงว่าปฏิบัติได้ตรงตามสิ่งที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงใด

3. เวลา (Time)

เป็นการพิจารณาประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเวลาในการให้บริการ เช่น เวลาที่ลูกค้าต้องเข้าไปในการรอคอยการให้บริการ (Waiting time) นอกจากนี้ยังเป็นการพิจารณาว่าเวลาที่ให้บริการนั้นอยู่ภายในช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ และการให้บริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วเพียงใดเช่น การให้บริการส่งจดหมายด่วนภายใน 24 ชั่วโมง การให้บริการโอนเงินของธนาคาร การให้บริการของสายการบินเพื่อให้ไปถึงจุดหมายปลายทางตามเที่ยวบินที่กำหนดไว้ เป็นต้น

4. ความครบถ้วน (Completeness)

เป็นการพิจารณาความครบถ้วนของการให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น การให้บริการของสายการบินซึ่งต้องขนส่งผู้โดยสารและกระเป๋าเดินทางให้ไปถึงจุดหมายปลายทางพร้อมกัน การให้บริการของโรงแรมเรื่องที่พักและอาหาร การให้บริการตรวจเช็คสภาพคอมพิวเตอร์และการซ่อมแซม เป็นต้น

5. การปฏิบัติต่อลูกค้า (Courtesy)

เป็นการพิจารณาการปฏิบัติต่อลูกค้าของพนักงานที่ให้บริการ เช่น การให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การไหว้ของพนักงานขายในห้างสรรพสินค้า การกล่าวคำทักทาย

ของพนักงานร้านสะดวกซื้อ (Convenience store) เป็นต้น

6. ความสม่ำเสมอ (Consistency)

เป็นการพิจารณาระดับการให้บริการว่ามีความสม่ำเสมอมากน้อยเพียงใดในการให้บริการลูกค้าแต่ละคน หรือในการให้บริการแต่ละครั้ง หรือในการให้บริการพื้นที่ เช่น การให้บริการของโทรศัพท์มือถือ การให้บริการของธนาคาร เป็นต้น

7. การเข้าถึงบริการและความสะดวก (Accessibility and Convenience)

เป็นการพิจารณาว่าบริการนั้นลูกค้าสามารถเข้าไปใช้บริการได้ง่ายเพียงใดและมีความสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น การให้บริการของร้านสะดวกซื้อที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง การให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ การสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

8. ความถูกต้อง (Accuracy)

เป็นการพิจารณาความถูกต้องในการให้บริการลูกค้า เช่น การให้บริการของธนาคารในการทำรายการทางการเงิน การให้บริการของสถานพยาบาลในการตรวจวินิจฉัยโรค เป็นต้น

9. ความสามารถในการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ (Responsiveness)

เป็นการพิจารณาความสามารถของผู้ให้บริการว่ามีความสามารถในการรับมือต่อสถานการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะสถานการณ์ที่ผิดปกติได้มากน้อยเพียงใด เช่น ความสามารถของกัปตันและลูกเรือในการแก้ไขสถานการณ์ เมื่อเครื่องบินประสบเหตุขัดข้อง เป็นต้น

ลักษณะต่างๆ ด้านคุณภาพที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นสำหรับการบริการ ผู้ให้บริการควรทำการสำรวจความถูกต้องของลูกค้าและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด นอกจากนี้ในกิจการที่มีทั้งการผลิตสินค้าและการให้บริการควบคู่กันไป การให้บริการถือเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นได้ เช่น การที่ลูกค้าพิจารณาคุณสมบัติในการใช้งานของคอมพิวเตอร์ควบคู่ไปกับการให้บริการหลังการขายก่อนทำการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์

การวัดคุณภาพบริการ

ในการวัดคุณภาพบริการนั้นมักใช้วิธีการวัดดัชนีความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Index - CSI) ของลูกค้าหรือผู้รับบริการหลังจากที่ได้รับบริการนั้นแล้ว แต่โดยทั่วไปปัญหาในการวัดคุณภาพการให้บริการมักขึ้นอยู่กับวิธีการวัดเงื่อนไขที่นำมาสู่การสะท้อนคุณภาพการให้บริการ คือ การตอบสนองหรือเป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่สิ่งที่ได้รับมาสอดคล้องความคาดหวังที่วางไว้ เช่น การได้รับบริการจากบุคคลโดยตรง (the one – on – one) การได้รับบริการจากแบบเผชิญหน้า (face – to – face) และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้บริการ ซึ่งหลักการสำคัญในการวัดคุณภาพของสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณา 4 ประการ ดังนี้ (ชัชวาล ทัดศิวิฐ, 2554)

1. ความคาดหวังของผู้บริการ (Customer expectations)

การทำให้ความคาดหวังของผู้บริการเป็นจริงและสร้างความพอใจแก่ลูกค้า โดยเฉพาะการตั้งคำถามกับผู้บริการเป็นการวัดความพึงพอใจการบริการที่ได้รับเป็นอย่างดี

2. ภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership)

รูปแบบต่างๆ ของผู้นำภายในองค์กรทั้งแบบผู้อำนวยการ ผู้บริหาร ผู้จัดการและผู้

ควบคุม จะแสดงให้เห็นถึงการกระทำที่นำไปสู่ความมีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กร เช่น การจัดแบ่งด้านเวลา การจัดสรรทรัพยากร เป็นต้น

3. การปรับปรุงขั้นตอน (Process improvement)

การอธิบายถึงวิธีการที่ทำให้ขั้นตอนต่างๆ มีระดับที่ดีเพิ่มขึ้น หากกระบวนการใหม่ในการปรับปรุงขั้นตอน ทำการปรับปรุงเครื่องมือเพื่อให้เกิดขั้นตอนใหม่ๆ เกิดขึ้นและติดตามถึงผลสะท้อนกลับจากขั้นตอนใหม่ๆ

4. การจัดการกับแหล่งข้อมูลที่สำคัญ (Meaningful data)

การอธิบายถึงการคัดเลือกและจัดแบ่งข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยทำการสำรวจจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สอบถามทางโทรศัพท์ นัดพบกับลูกค้าเป็นรายบุคคล การสนทนากลุ่มหรือจดหมายร้องเรียน

คุณภาพบริการของโรงพยาบาลโดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL

Parasuraman , Zeithaml และ Berry ได้สร้างแบบจำลองคุณภาพบริการ โดยเน้นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องทำเพื่อส่งมอบคุณภาพบริการระดับสูง แบบจำลองแสดงในภาพที่ 1 ซึ่งให้เห็น 5 ช่องว่างที่เป็นสาเหตุทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จมีดังนี้ (กนกพร สีลาเทพินทร์, 2554)

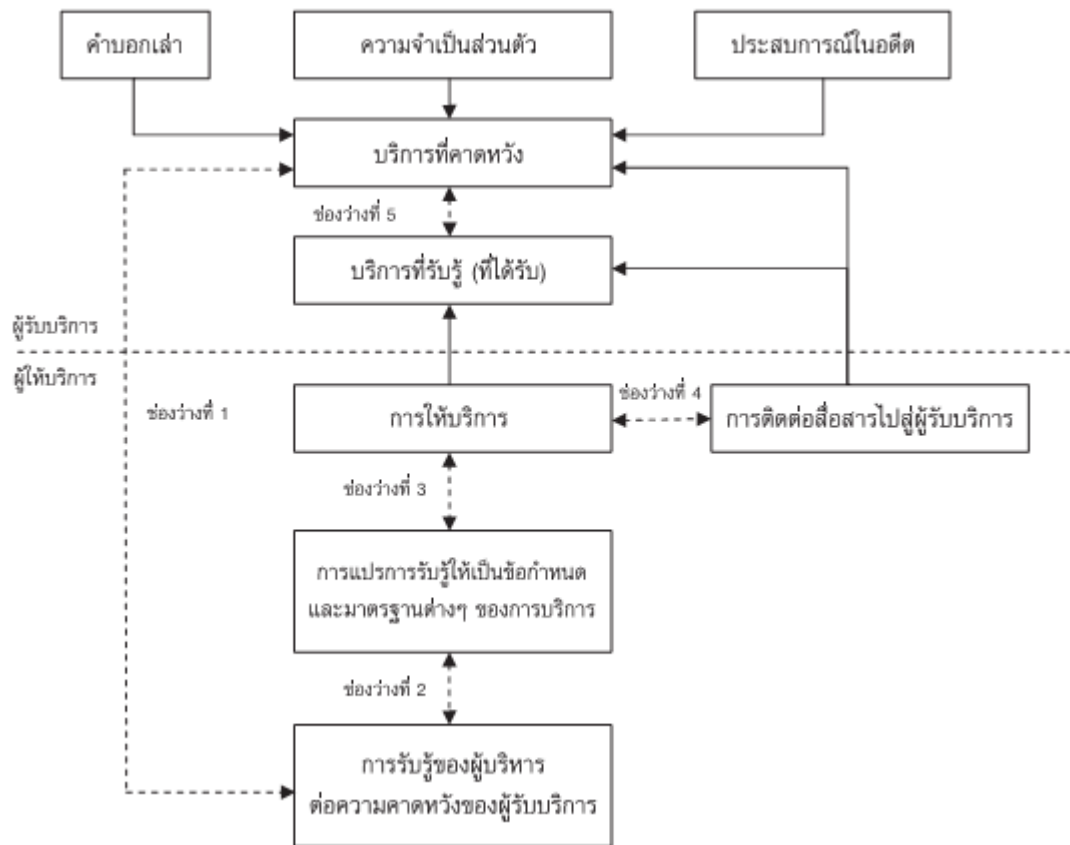
ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้มารับบริการ (Customers' expectation) และการรับรู้ถึงความคาดหวังของผู้ให้บริการ (Management's perception) ผู้ให้บริการอาจรับรู้ความต้องการของผู้มารับบริการไม่ถูกต้องเสมอไป เช่น ผู้บริหารโรงพยาบาลอาจคิดว่าผู้ป่วยต้องการอาหารที่ดีกว่า แต่ผู้ป่วยอาจให้ความสนใจกับการดูแลรับผิชอบของพยาบาลมากกว่า

ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการ เรื่องความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Managements' Perception of customers' expectation) และการกำหนดลักษณะของคุณภาพบริการ (Service quality specification) ผู้ให้บริการอาจรับรู้ความต้องการของผู้มารับบริการถูกต้อง แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานไว้ เช่น ผู้บริหารโรงพยาบาลอาจแจ้งพยาบาลให้บริการผู้ป่วยอย่างรวดเร็ว แต่ไม่ได้กำหนดเวลาว่าให้เร็วกี่นาที

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างระหว่างลักษณะของคุณภาพบริการที่ได้กำหนดไว้ (Service quality specification) และการบริการที่ให้ (Service delivery) บุคลากรอาจได้รับการฝึกอบรมไม่เพียงพอ หรือไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามข้อกำหนด หรือไม่เต็มใจปฏิบัติงานตามมาตรฐาน หรือถูกยึดติดด้วยมาตรฐานที่ขัดแย้งกัน เช่น ใช้เวลาฟังผู้มารับบริการนานแต่ต้องบริการอย่างรวดเร็ว

ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ให้จริง (Service delivery) และการสื่อสารให้ผู้มารับบริการรับทราบ (External communication) ความคาดหวังของผู้มารับบริการขึ้นอยู่กับข่าวสารเกี่ยวกับบริการจากตัวแทนของบริษัทและชิ้นงานโฆษณา เช่น ถ้าโบรชัวร์ของโรงพยาบาลแสดงให้เห็นห้องพักรักษาที่สวยงามแต่เมื่อคนไข้มาถึงแล้วพบว่าห้องพักรักษาอากาศอึดอัดและเก่า การสื่อสารภายนอกทำให้ความคาดหวังของลูกค้าผิดจากความเป็นจริง

ช่องว่างที่ 5 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ผู้มารับบริการรับรู้ (Perceived service) และบริการที่ผู้มารับบริการคาดหวังไว้ (Expected service) ช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้มารับบริการรับรู้คุณภาพบริการที่ได้รับผิดไปจากความเป็นจริง เช่น นายแพทย์ไปเยี่ยมคนไข้เพื่อแสดงความเอาใจใส่ คนไข้กลับตีความผิดคิดว่ามีบางสิ่งบางอย่างผิดปกติกับตนเอง นายแพทย์จึงมาดูแลการบ่น



ภาพที่ 1 แบบจำลองคุณภาพบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของการให้บริการของลูกค้า

ที่มา: กนกพร ลีลาเทพินทร์ และคณะ (2554)

นอกจากนี้ Perasuraman, Zeithaml และ Berry พบว่ามีปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 มิติ ที่เรียกว่า SERVQUAL ผู้ใช้บริการจะประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2. ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ให้บริการ การบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ ทุกครั้งของการบริการ ที่จะทำให้ผู้ให้บริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ สามารถที่จะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้ให้บริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้ใช้บริการในแต่ละคน

ความแตกต่างระหว่าง SERVQUAL และ SERVPERF

สิริญา แพทย์รักษ์ (2553) กล่าวว่า มาตรวัด SERVQUAL เป็นมาตรวัดที่ไม่มีความเที่ยง (Validity) และไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับทุกธุรกิจบริการ ซึ่งเกิดจาก 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับการให้คำจำกัดความที่แน่ชัดของความคาดหวัง
2. การนำผลจากการวัดความคาดหวังมาประเมินคุณภาพการบริการ
3. ข้อพิสูจน์ทางทฤษฎีในแนวคิดความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวัง

ดังนั้นจึงได้มีการคิดวิธีการประเมินคุณภาพบริการขึ้น เรียกว่า แบบจำลองการประเมินผล การบริการ (Evaluated Performance Model) ที่ประเมินคุณภาพการบริการจากการรับรู้ถึงผลของ การบริการเพียงด้านเดียวโดยไม่นำปัจจัยด้านความคาดหวังมาประเมิน เช่นเดียวกับมาตรวัด SERVPERF ซึ่งจากการประเมินระหว่าง SERVQUAL และ SERVPERF มีความแตกต่างกันดังนี้

1. SERVQUAL : Service Quality = Performance - Expectation
2. Weighted SERVQUAL : Service Quality = Importance x (Performance-expectation)
3. SERVPERF : Service Quality = Performance
4. Weighted SERVPERF : Service Quality = Importance x Performance

อย่างไรก็ตามการเลือกใช้เครื่องมือวัดต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ไปใช้ประโยชน์เป็นหลัก ซึ่งการใช้ SERVPERF ช่วยในการนำผลที่ได้จากการวัดไปใช้เพื่อการทำนาย มีความแม่นยำ ในขณะที่ผลจาก SERVQUAL ช่วยอธิบายรายละเอียดของคุณภาพเพื่อนำไปประกอบการวินิจฉัย ปรับปรุงได้ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีความสนใจที่จะเลือกใช้เครื่องมือวัด SERVPERF ซึ่งเป็น เครื่องมือวัดการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพบริการใน 5 มิติ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการ ตอบสนองตามที่ตนต้องการ ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการ ของตนไม่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึง พอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและ

กลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่าลักษณะความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ ดังนี้ (ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม)

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารและการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการ และวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการและสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้ให้บริการคาดหวังไว้ได้จริง

1.2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจกรรมใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องที่จำเป็นไม่น้อยไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงาน

บริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถอันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และส่งผลให้กิจการบริการประสบความสำเร็จในที่สุด

2. ความสำคัญต่อผู้ใช้บริการ

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์การบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าจะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ ผู้ใช้บริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ งานเป็นสิ่งที่สำคัญต่อชีวิตของคนเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ ในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทน สวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้าขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อไป ทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

แนวคิดของความพึงพอใจ

จากการที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมีวิจัยที่แสดงถึงแนวคิดของความพึงพอใจอย่างหลากหลาย ดังเช่น

Hawari and Ward (2006) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความรู้สึกหรือการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการหลังจากที่ได้ใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์นั้น ความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการมี 2 วิธี คือ ความพึงพอใจทางด้านหน้าที่และความพึงพอใจด้านการรับรู้

Chathoth *et al.* (2007) กล่าวว่าไว้ว่า โครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของพนักงานจะเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน เช่น การรักษาความปลอดภัย การส่งเสริมการขาย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและเงินเดือน เป็นต้น

Kassim and abdullah (2010) กล่าวว่าไว้ว่า การสร้างความพึงพอใจของมิติการออกแบบเว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญเพราะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการติดต่อผู้ใช้ ซึ่งมีตินี้รวมถึงเนื้อหา องค์กรและโครงสร้างของเว็บไซต์เป็นส่วนที่ถึงจุดสายตาน่าสนใจ นอกจากนี้ส่วนติดต่อของเว็บไซต์มีผลโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือการรับรู้ของระบบ ซึ่งเป็นส่วนแรกที่ทำให้เกิดความประทับใจของเว็บไซต์ค่าปลีกที่อาจจะมีผลต่อการพัฒนาของความไว้วางใจและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่จะอำนวยความสะดวกในการรักษาความไว้วางใจ

Kim *et al.* (2004) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง การตอบสนองของลูกค้าในสถานะของดำเนินการและการตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งมีประโยชน์มากสำหรับบริษัทจากระดับความพึงพอใจที่สูงของลูกค้า และยังมี ความจงรักภักดีของลูกค้า สามารถลดค่าใช้จ่ายที่ผิดพลาดทางการตลาดและสร้างลูกค้าใหม่ได้ การลดต้นทุนทางการดำเนินงานเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการโฆษณาและเพิ่มชื่อเสียงทางธุรกิจ

Kim *et al.* (2007) กล่าวว่าไว้ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นวิจรรย์ญาณ โดยรวมของลูกค้า ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผลประสิทธิภาพบริการ ถ้าประสิทธิภาพการรับรู้หรือเกินกว่าความคาดหวังแล้วลูกค้าจะพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ ดังนั้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัววัดในการทำรายการที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งลูกค้าจะประเมินการรับรู้ของประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับความคาดหวังในการแข่งขันการบริการ

Molinari *et al.* (2008) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากสิ่งที่ถูกต้องเป็นครั้งแรก ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจและบอกคนอื่น ๆ ต่อเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ เป็นการดึงดูดคนอื่น ๆ ให้กับองค์กร แต่ในขณะที่เดียวกันความพึงพอใจของลูกค้าจะมีแนวโน้มที่จะกลับไปยังองค์กรที่เคยใช้บริการหรือสินค้า

Stank *et al.* (1999) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการตัดสินใจโดยรวมที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตความคาดหวังของประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการ ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลกระทบต่อเชิงกลยุทธ์และอาจมีผลประโยชน์สำหรับบริษัท ความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นสามารถมีการแข่งขันทางด้านราคา มีผลต่อการปรับปรุงส่วนแบ่งการตลาดและยังผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและกำไร

Udo *et al.* (2010) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ การตอบสนองต่อความสำเร็จของลูกค้า ซึ่งเป็นการประเมินผลเช่นเดียวกับการตอบสนองทางอารมณ์ที่เป็นข้อบ่งชี้ของความเชื่อของลูกค้าของความน่าจะเป็นในการให้บริการที่นำไปสู่ความรู้สึกเชิงบวก

Yee *et al.* (2008) กล่าวว่าไว้ว่า ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างความพึงพอใจของพนักงาน และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นพื้นฐานของการทฤษฎีการแพร่กระจายทางอารมณ์ คือ แนวโน้มของคนที่จะเลียนแบบโดยอัตโนมัติแสดงออกท่าทางและการเปล่งเสียงกับบุคคลอื่น โดยกระบวนการนี้เป็นถูกชักนำทั้งแบบมีสติและไม่มีสติทางอารมณ์และทัศนคติ

ลักษณะของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้ (ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม)

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้ เรียนรู้สิ่งที่ได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการ หรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยสามารถทำให้ผู้ให้บริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจในบริการที่ได้รับ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง

ในสถานการณ์การบริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตามมักมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการ ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูลการรับประกันบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ให้บริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้ให้บริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะมารับบริการหรือความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าจะได้รับนี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรืออาจพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการเป็น

อย่างมาก เพราะผู้ใช้บริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการเกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าการยืนยันที่ถูกต้องกับความคาดหวังที่มีอยู่ ผู้ใช้บริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง อาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่านับเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อนจากความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับของความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวกแสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

3. ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ค้นพบได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในอีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้องบุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่ตรงกันข้ามก็ตาม นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

แนวทางการวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจเป็นเรื่องที่เปรียบเทียบได้กับความเข้าใจทั่ว ๆ ไป ซึ่งปกติจะวัดได้ โดยการสอบถามจากบุคคลที่ต้องการจะถาม มีเครื่องมือที่ต้องการจะใช้ในการวิจัยหลาย ๆ อย่าง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีการวัดอยู่หลายแนวทางแต่การศึกษาความพึงพอใจอาจแยกตามแนวทางวัดได้ 2 แนวคิด คือ (นฤมล ศรีบุญชู, 2555)

1. วัดจากสภาพทั้งหมดของแต่ละบุคคล เช่น ที่ทำงาน ที่บ้านและทุก ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิต การศึกษาตามแนวทางนี้จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่ทำให้เกิดความยุ่งยากกับการที่จะวัดและ

เปรียบเทียบ

2. วัดได้โดยแยกออกเป็นองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบที่เกี่ยวกับงาน การนิเทศงาน เกี่ยวกับนายจ้าง

ในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเรื่องใดนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์วิธีที่นิยมใช้กัน คือ

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุด โดยผู้สอบถามจะออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะที่กำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ ซึ่งได้รับการทดสอบหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้ว คำถามดังกล่าวอาจถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหาร การควบคุมงานและเงื่อนไขต่าง ๆ เป็นต้น ข้อดีของวิธีนี้คือ ได้คำตอบที่มีความหมายแน่นอน มีความสะดวก รวดเร็วในการสำรวจสามารถใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ ข้อเสียคือ ผู้ตอบต้องสามารถอ่านออกเขียนได้และมีความสามารถในการคิดเป็น ความพึงพอใจเป็นสถานะที่มีความต่อเนื่อง ไม่สามารถบอกจุดเริ่มต้นหรือสิ้นสุดของความพึงพอใจได้

2. การสัมภาษณ์ วิธีนี้ผู้ศึกษามีแบบสอบถามที่มีคำถามซึ่งได้รับการทดสอบหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้วทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เป็นวิธีวัดความพึงพอใจทางตรงทางหนึ่งซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจึงจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงได้ ข้อดีของวิธีนี้คือ ผู้สัมภาษณ์อธิบายคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจได้ ข้อเสียคือ การสัมภาษณ์ต้องใช้เวลามาก

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี

ความสำคัญของความจงรักภักดี

ความจงรักภักดี หมายถึง ความเกี่ยวข้องหรือความผูกพันที่มีต่อตราสินค้า ร้านค้า ผู้ผลิต การบริการหรืออื่น ๆ ที่อยู่บนพื้นฐานของทัศนคติที่ชอบพอหรือการตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่าง การร่วมกิจกรรมทางการตลาดกับตราสินค้าและการซื้อสินค้าซ้ำ ๆ นั่นเอง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ ความจงรักภักดีของลูกค้ามีดังนี้ (ศตวรรษ อันลิมภักดิ์, 2554)

1. ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction)

ลูกค้ามักพัฒนาความเชื่อเดิมที่มีอยู่จากประสบการณ์ส่วนตัวให้กลายเป็นความ คาดหวังกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นหรือได้รับก่อนการตัดสินใจบริโภคสินค้า กล่าวคือ ความพึงพอใจของ ลูกค้าเกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับสิ่งที่คาดหวังหลังการบริโภคสินค้าหนึ่ง ๆ โดยเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ ได้รับก่อนและหลังการบริโภค มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคน เนื่องจาก ลูกค้ามีความอดทนต่อความคาดหวังและความพึงพอใจอย่างจำกัดต่อตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ผู้ประกอบการจึงควรพยายามที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุดเท่าที่ทำได้ เพราะความพึง พอใจของลูกค้าส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าในระยะยาว

2. ความเชื่อถือและความไว้วางใจ (Trust)

เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน ความไว้วางใจยังคงอยู่ที่ต่อเมื่อ บุคคลมีความมั่นใจและความไว้วางใจ ซึ่งจะช่วยลดความไม่แน่นอน ความเสี่ยงและความระมัดระวัง ในการตอบสนองอย่างทันทีทันใดที่มีต่อตราสินค้า ซึ่งก็คือการที่ลูกค้ามีความเชื่อถือต่อตราสินค้า สำหรับพนักงานขายนั้นต้องมีความจริงใจตรงไปตรงมาและมีความรับผิดชอบต่อกำพูดที่มีต่อลูกค้า ถ้ามีการจัดส่งสินค้าต้องสร้างความมั่นใจว่าสินค้าถูกส่งไปถึงมือตามเวลาที่กำหนด ผู้ขายที่ดีต้อง

สร้างความไว้วางใจกับลูกค้า และจะต้องรักษาและซื่อสัตย์ต่อคำพูดของตนเอง ตลอดจนยึดมั่นในคำสัญญาที่มีต่อลูกค้าให้ได้

3. ความเชื่อมโยงผูกพันกับอารมณ์ (Emotional bonding)

ลูกค้าจะมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าก็ต่อเมื่อมีความผูกพันต่อสินค้าและมีการติดต่ออย่างเป็นประจำกับองค์กร สิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้ามีความชื่นชอบต่อองค์กรนั่นเอง โดยสะสมเป็นคุณค่าหรือทรัพย์สินของตราสินค้า ซึ่งเกิดจากประโยชน์ของตัวสินค้าเองหรือบริการที่นอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ของตราสินค้าเพียงลำพัง ทำให้การบริการและการสร้างความประทับใจหลังการบริโภคเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อความคิดของลูกค้า และยังสร้างความรู้สึกที่ใกล้ชิดผูกพันกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจและเต็มใจที่จะซื้อสินค้าด้วยความเป็นมิตร และมีความจงรักภักดีในตราสินค้าเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า คือ การสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์และสร้างความสัมพันธ์หรือปฏิสัมพันธ์ของบุคคล มีผลต่อตราสินค้าและองค์กร

แนวคิดของความจงรักภักดี

จากการที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมีวิจัยที่แสดงถึงแนวคิดของความจงรักภักดีคืออย่างหลากหลาย ดังเช่น

Ganguli *et al.* (2011) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีมีความสำคัญสูงสุดในการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว ทำให้ธนาคารมีความต้องการที่จะเพิ่มความแตกต่างจากคู่แข่ง ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า

Ghane *et al.* (2011) กล่าวว่าไว้ว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าได้รับการกำหนดให้เป็นความมุ่งมั่นอย่างยั่งยืนที่จะมีการซื้อซ้ำหรือได้รับการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ บริการที่ต่อเนื่องในอนาคต จึงทำ

ให้เกิดการซื้อซ้ำในแบรนด์เดียวกัน ถึงแม้จะมีอิทธิพลต่อสถานการณ์การตลาดที่มีศักยภาพที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรม ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ความจงรักภักดีจึงหมายถึง ความตั้งใจที่จะกลับมายังเว็บไซต์หรือการทำธุรกรรมในอนาคต

Ou *et al.* (2011) กล่าวว่าไว้ว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าถูกกำหนดให้หมายถึง การซื้อสินค้าหรือสนับสนุนสินค้าอย่างต่อเนื่องในอนาคต ลูกค้าประจำมีแนวโน้มที่จะมีระดับที่สูงขึ้นของการให้คำแนะนำและการซื้อสินค้า ซึ่งพฤติกรรมที่เพิ่มขึ้นเพราะความจงรักภักดีของลูกค้าแสดงให้เห็นถึงการชักชวนที่ดี

Roostika (2011) กล่าวว่าไว้ว่า ความจงรักภักดีครอบคลุมถึงพฤติกรรมและทัศนคติ สามารถแสดงได้หลายวิธีเกี่ยวกับความจงรักภักดีขึ้นอยู่กับสินค้า บริการและสถานการณ์ ความจงรักภักดีของลูกค้าของอีคอมเมิร์ซ กำหนดให้เป็นทัศนคติที่ดีของลูกค้าที่มีธุรกิจบนเว็บไซต์ในโทรศัพท์มือถือ ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

Sivadas and Prewitt (2000) กล่าวว่าไว้ว่า ความจงรักภักดีแสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์และการซื้อสินค้าอยู่เสมอ ทัศนคติที่น้อยเมื่อเทียบกับการซื้อที่ลดลงเพราะขาดความจงรักภักดี ในขณะที่ทัศนคติที่น้อยเมื่อเทียบกับการซื้อที่เพิ่มขึ้นแสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดีที่ไม่ซื้อสัปดาห์ ความจงรักภักดีที่แท้จริง หมายถึง ความมุ่งมั่นที่มีต่อแบรนด์และไม่ใช่แค่การซื้อซ้ำ ดังนั้นทัศนคติที่ดีจึงสำคัญสำหรับความจงรักภักดี

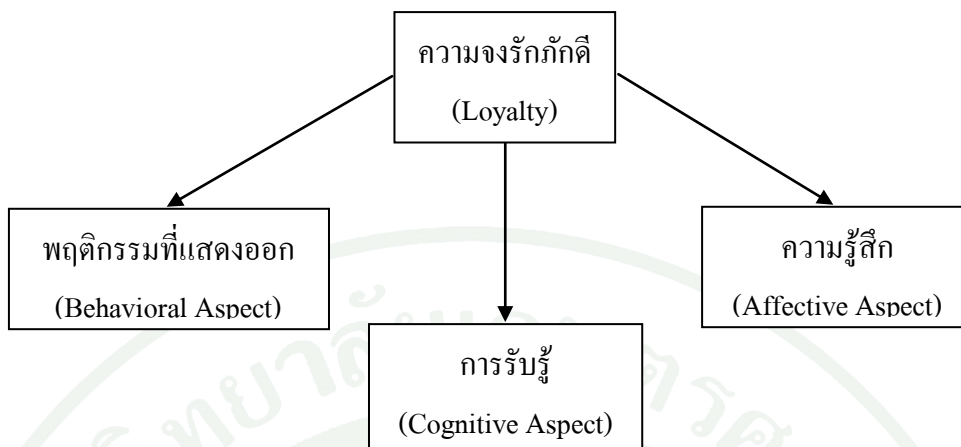
Wu (2011) กล่าวว่าไว้ว่า ความจงรักภักดีของร้านค้าเป็นผลมาจากความมุ่งมั่นของผู้บริโภคต่อร้านค้าผ่านกระบวนการตัดสินใจที่ชัดเจน ความจงรักภักดีของลูกค้า คือ การดำเนินการบ่อยของจิตใต้สำนึกของอัตราส่วนราคาและคุณภาพหรือความตั้งใจที่จะจ่ายราคาโดยไม่สนใจว่าราคาเท่าไร และความจงรักภักดีของแบรนด์ต่อบริษัทได้รับผลกระทบจากความตั้งใจในการซื้อออนไลน์ที่กลับมาใช้บริการเว็บไซต์อีก

Zafar *et al.* (2012) กล่าวว่า ว่าคุณภาพการบริการมีความเชื่อมโยงกับความจงรักภักดีของลูกค้า ผลที่ได้จากคุณภาพบริการ คือ ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นและยอดขายที่สูงขึ้นที่นำไปสู่ความจงรักภักดีของลูกค้า อีกทั้งความจงรักภักดีและความสัมพันธ์ของบริษัทในอนาคตจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ที่ผ่านมาที่ได้รับการประเมินความสามารถของธนาคารในการจัดการความขัดแย้งที่ถูกตรวจสอบโดยความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า

องค์ประกอบของความจงรักภักดี

องค์ประกอบของความจงรักภักดี ประกอบด้วย 3 มิติ ดังนี้ (ปริตา จิตรจรรยา, 2553)

1. พฤติกรรมที่แสดงออก (Behavioral aspect) คือ ผลจากการที่บุคคลมีความรู้สึกขั้นต้นจึงตอบสนองออกมาโดยการแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในเรื่องพฤติกรรม ทักษะคิดอาจเป็นสาเหตุของการแสดงพฤติกรรมหรือทักษะคิดอาจเป็นผลของการแสดงพฤติกรรม เมื่อแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว บุคคลนั้นจะมีทัศนคติทางบวกต่อสิ่งที่ตนเองได้กระทำถึงแม้ว่าสิ่งที่กระทำไม่สอดคล้องกับทัศนคติในตอนแรก เมื่อกระทำไปแล้วสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้เป็นทางที่ดี เพื่อลดความเครียดที่อาจเกิดขึ้นได้ ได้แก่ ความไม่อยากย้ายไปจากองค์กร
2. ความรู้สึก (Affective aspect) คือ อารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดจากการประเมินความรู้สึกชอบ ไม่ชอบต่อบุคคลหรือสถานการณ์ เช่น ความรักที่จะทำงานกับองค์กร ความพึงพอใจในองค์กร
3. การรับรู้ (Cognitive aspect) คือ ค่านิยม ความเชื่อที่บุคคลยึดถือต่อบุคคลหรือสถานการณ์ที่มีอิทธิพลต่อสิ่งที่บุคคลรับรู้และกระทำ เช่น ความเชื่อมั่นและไว้วางใจองค์กร ความเชื่อถือในองค์กร



ภาพที่ 2 มิติของความจงรักภักดี

ที่มา: ปรีดา จิตรจรรยา (2553)

การวัดความจงรักภักดีต่อการบริการ

ความภักดีต่อการบริการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมทัศนคติและความรู้ ปัจจัยที่ใช้ในการวัดความจงรักภักดีต่อการบริการ ดังนี้ (ชูริรัตน์ ก้อนทอง, 2553)

1. พฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Repeat purchase behavior) เป็นการแสดงถึงความผูกพันที่ลูกค้ามีต่อผู้ให้บริการ
2. คำบอกเล่า (Words of mouth) เป็นผลของการวัดความจงรักภักดีที่ดีและมีประสิทธิภาพ การบอกเล่านั้นรวมถึงการแนะนำผู้อื่นด้วยและคนที่มีความจงรักภักดีมักจะมอบผลในทางบวกกลับสู่ผู้ให้บริการ
3. ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคเลือกรับบริการ (Period of usage) เป็นการวัดการเข้ารับบริการว่ามีความต่อเนื่องหรือไม่ หรือรับบริการเดือนละกี่ครั้ง ซึ่งสามารถสะท้อนสถานการณ์การบริโภคว่าเป็นความภักดีในระยะยาวหรือไม่

4. ความไม่หวั่นไหวต่อราคา (Price tolerance) คือ การที่ราคาสูงขึ้นผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดียังเลือกการบริการนั้นอยู่ ทำให้เห็นว่าราคาไม่ได้ส่งผลต่อการเลือกการบริการของผู้บริโภค

5. ความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repeat purchase intention) เป็นการเลือกซื้อในบริการเดิมเป็นประจำ

6. ความชอบ (Preference) ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีที่แท้จริงจะแสดงความชอบมากกว่าออกมาเห็นได้ชัด

7. การลดตัวเลือก (Choice reduction behavior) ผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีมีการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจน้อยลง

8. การเป็นอันดับแรกในใจ (First-in-mind) การบริการนั้นเป็นตัวเลือกแรกเสมอหากผู้บริโภคมีความจงรักภักดี

การวัดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ต้องคำนึงถึงพฤติกรรมทัศนคติและกระบวนการคิดของผู้ใช้บริการ ซึ่งทั้งหมดสามารถวัดจากมาตรวัด (Behavioral intentions battery) โดยมีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการวัดความตั้งใจ (Behavioral intentions) ของผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถนำไปใช้พิจารณาว่าลูกค้ามีความจงรักภักดีกับองค์กรธุรกิจที่ใช้บริการอยู่มากน้อยเพียงใดได้เช่นกัน ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่

1. พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of mouth communications) คือ การพูดถึงสิ่งที่ดีเกี่ยวกับผู้ให้บริการ และการบริการ แนะนำและกระตุ้นให้คนอื่นสนใจ และใช้บริการบริการนั้น ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ให้บริการ

2. ความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase intention) คือ การเลือกการบริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนนิสัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนการบริการได้

3. ความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา (Price sensitivity) คือ การที่ผู้บริโภคไม่มีปัญหาในการที่ผู้ให้บริการขึ้นราคาและผู้บริโภคยอมจ่ายมากกว่าที่อื่นหากการบริการนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้

4. พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining behavior) คือ การร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหาอาจร้องเรียนกับผู้ให้บริการ บอกต่อคนอื่น ส่งเรื่องไปยังหนังสือพิมพ์ ส่วนนี้เป็นการวัดถึงการตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภค

โรงพยาบาลรัฐบาลในประเทศไทย

โรงพยาบาลรัฐบาล

โรงพยาบาลส่วนใหญ่ในประเทศไทยเป็นโรงพยาบาลรัฐบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข โดยโรงพยาบาลในส่วนภูมิภาคขึ้นตรงกับสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นโรงพยาบาลประจำจังหวัดหรืออำเภอต่าง ๆ มีหลากหลายระดับตามขีดความสามารถ สำหรับโรงพยาบาลในส่วนกลาง (กรุงเทพมหานคร) โรงพยาบาลเฉพาะทางอื่น ๆ ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาค ขึ้นตรงกับกรมการแพทย์ทั้งหมด ยกเว้นโรงพยาบาลเฉพาะทางที่ดูแลรักษาผู้ป่วยทางด้านจิตเวชขึ้นตรงกับกรมสุขภาพจิต

นอกเหนือจากโรงพยาบาลรัฐบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุขแล้ว ในประเทศไทยยังมีโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลสังกัดหน่วยงานอื่น ๆ จึงแบ่งประเภทของโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลต่าง ๆ แบ่งตามขีดความสามารถได้ดังนี้

โรงพยาบาลมหาวิทยาลัย (วิทยาลัยแพทยศาสตร์)

โรงพยาบาลประเภทนี้เป็นโรงพยาบาลในมหาวิทยาลัยและโรงเรียนแพทย์ของคณะแพทยศาสตร์หรือวิทยาลัยแพทยศาสตร์ต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยเป็นศูนย์บริการทางการแพทย์ระดับตติยภูมิขั้นสูง (Super Tertiary Care) ที่มีขีดความสามารถในการให้บริการและมีความพร้อมในการรักษาสูงสุด เนื่องจากเป็นโรงพยาบาลที่ใช้สำหรับการเรียนการสอนเพื่อผลิตบุคลากรทางด้านทางการแพทย์และเป็นโรงพยาบาลสำหรับการค้นคว้าการแพทย์และเป็นโรงพยาบาลสำหรับการค้นคว้าวิจัยต่าง ๆ ในประเทศไทยมีอยู่ 12 แห่ง เรียงตามจำนวนเตียงดังนี้ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2557)

1. โรงพยาบาลศิริราชและโรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลมหาวิทยาลัยมหิดล
2. โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย โดยความร่วมมือกับคณะแพทยศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า กรมแพทย์ทหารบกกองทัพบก โดยความร่วมมือกับวิทยาลัยแพทยศาสตร์พระมงกุฎเกล้า
5. โรงพยาบาลรามธิบดี คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล
6. โรงพยาบาลวชิรพยาบาล กรุงเทพมหานคร โดยความร่วมมือกับคณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

7. โรงพยาบาลราชวิถี กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข โดยความร่วมมือกับวิทยาลัยแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
8. โรงพยาบาลศรีนครินทร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
9. โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
10. โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
11. ศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
12. โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนเรศวร คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
13. โรงพยาบาลสงขลานครินทร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
14. โรงพยาบาลสวนสุนันทา ภายใต้การกำกับดูแลของวิทยาลัยสหเวชศาสตร์ ร่วมกับวิทยาลัยพยาบาลและสุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตสมุทรสงคราม

นอกเหนือจากโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยแล้ว สามารถจำแนกประเภทโรงพยาบาลรัฐบาลดังกล่าวที่ 3 ดังนี้

โรงพยาบาลรัฐบาล

1. โรงพยาบาลมหาวิทยาลัย (วิทยาลัยแพทยศาสตร์)	1. โรงพยาบาลศิริราชและ
1.1 โรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์ในมหาวิทยาลัย ที่ไม่ได้เป็นสถาบันผลิตแพทย์	โรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์
2. โรงพยาบาลศูนย์แพทยศาสตร์ศึกษาชั้นคลินิก	2. โรงพยาบาลมหาสารคามนครเชียงใหม่
3. โรงพยาบาลส่วนกลาง	3. โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์
4. โรงพยาบาลส่วนภูมิภาค	4. โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า กรมแพทย์ทหารบก
4.1 โรงพยาบาลศูนย์	5. โรงพยาบาลรามธิบดี
4.2 โรงพยาบาลทั่วไป	6. โรงพยาบาลวชิรพยาบาล กรุงเทพมหานคร
4.3 โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช	7. โรงพยาบาลราชวิถี กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
4.4 โรงพยาบาลชุมชน	8. โรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
4.5 โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	9. โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
5. โรงพยาบาลเฉพาะทาง	10. โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ภายใต้การกำกับดูแลของ สำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
6. โรงพยาบาลสังกัดหน่วยงานอื่น ๆ	11. ศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
6.1 สภากาชาดไทย	12. โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนครสวรรค์
6.2 สำนักงานแพทย์ กรุงเทพมหานคร	13. โรงพยาบาลสงขลานครินทร์
6.3 กรมแพทย์ทหารบก กระทรวงกลาโหม	14. โรงพยาบาลสวนสุนันทา ภายใต้การกำกับดูแล ของวิทยาลัยสหเวชศาสตร์ ร่วมกับวิทยาลัย พยาบาลและสุขภาพมหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนสุนันทา วิทยาลัยศัลยกรรมสงคราม
6.4 กรมแพทย์ทหารเรือ กระทรวงกลาโหม	
6.5 กรมแพทย์ทหารอากาศ กระทรวงกลาโหม	
6.6 สำนักงานแพทย์ใหญ่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	
6.7 การรถไฟแห่งประเทศไทย	
6.8 การท่าเรือแห่งประเทศไทย	

ภาพที่ 3 การแบ่งประเภทของโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลต่าง ๆ ตามขีดความสามารถ
ที่มา: วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2557)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวม
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแต่ละตัวแปรและสมมติฐานในกรอบแนวคิดไว้ดังนี้

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์

ในปี 2006 และ 2007 ได้มีผู้วิจัยชื่อ Davis ได้ทำการศึกษา บทบาทของคุณภาพการให้บริการ โลจิสติกส์ในการสร้างความภักดีของลูกค้า วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบปรากฏการณ์ ความจงรักภักดีและความเข้าใจบทบาทของการให้บริการโลจิสติกส์ในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า ช่วยให้บริษัทประเมินผลกระทบของการให้บริการโลจิสติกส์ในการสร้างความจงรักภักดี โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการค้าปลีก 396 คน โดยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และ Bienstock *et al.* ได้ทำการศึกษา โมเดลการขยายตัวคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ ผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศโลจิสติกส์ วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเข้าใจและการวัดคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ เพื่อประเมินการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโลจิสติกส์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกขององค์การวิชาชีพที่มีส่วนในกิจกรรมการจัดซื้อ 3,360 ราย โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์

Saura *et al.* (2008) ได้ทำการศึกษา คุณภาพบริการโลจิสติกส์: วิธีการใหม่ในความจงรักภักดี วัตถุประสงค์ คือ การวิเคราะห์คุณภาพ ความพึงพอใจและลำดับความจงรักภักดีในการขนส่งบริการโลจิสติกส์ที่เกี่ยวกับสารสนเทศและการสื่อสารเทคโนโลยีว่าคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีมีผลกระทบเชิงบวกโดยตรงหรือไม่ และมีผลกระทบกับสารสนเทศและการสื่อสารเทคโนโลยีในความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์และลูกค้าอย่างไร ได้ใช้โมเดลสมการ โครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐาน และแบบสอบถามในกลุ่มผู้ผลิตเพื่อสำรวจ 194 บริษัทสัมภาษณ์พนักงานแต่ละบุคคล และในปีเดียวกันนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์และเทคโนโลยี เปรียบเทียบระหว่างผู้จัดการจำหน่าย – ค้าปลีกและความสัมพันธ์ผู้บริโภค วัตถุประสงค์ เพื่อระบุส่วนสำคัญของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ ตรวจสอบอิทธิพลของเทคโนโลยีที่มีต่อคุณภาพการให้บริการโลจิสติกส์และการวิเคราะห์ผลกระทบต่อบริษัท ในแง่ของความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีในระดับที่แตกต่างกันของช่องทางการตลาด โดยนำเสนอโมเดลสมการ โครงสร้าง สำรวจผู้บริโภค 400 คนและผู้จัดการจำหน่าย 304 คนเป็นร้านขายของชำ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องใช้ไฟฟ้าและไม้ โดยใช้แบบสอบถาม แสดงให้เห็นถึงการประเมินเทคโนโลยีต่อผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์เพื่อสร้างความพึงพอใจลูกค้าและ

ความจงรักภักดี และในปี 2010 ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการ โลจิสติกส์และความสัมพันธ์ของผู้ซื้อ – ลูกค้า บทบาทการดูแลเทคโนโลยีใน B2B และ B2C วัตถุประสงค์ มุ่งเน้นที่ผลการดำเนินงานของบริษัทอยู่ในกระบวนการของการนำสินค้าและข้อมูลจากคลังสินค้ากับลูกค้าที่บ้าน โดยสำรวจผู้บริโภค 400 คนที่ซื้อของร้านค้าปลีกขายของชำ เสื้อผ้า รองเท้าและเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยใช้แบบสอบถาม

Huang *et al.* (2009) ได้ทำการศึกษา การประยุกต์การวิเคราะห์ประสิทธิภาพความสำคัญกับการตัดสินใจคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ซื้อปิ้งออนไลน์แบบค้าปลีก วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ โลจิสติกส์ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีว่ามีผลกระทบเชิงบวกหรือไม่ โดยกลุ่มตัวอย่าง 184 คน จากผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าปลีกด้วยวิธีการอีเมลล์โดยใช้แบบสอบถามและใช้วิธี โมเดลสมการ โครงสร้าง การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ประสิทธิภาพที่สำคัญ (IPA) ในการอธิบายความสัมพันธ์ของระดับความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการ โลจิสติกส์และระดับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ และอีกทั้งได้ทำการศึกษา การสำรวจปัจจัยที่กำหนดคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ในการบริการจัดส่งถึงบ้าน สำหรับการประมูลออนไลน์ โดยเพิ่มคุณค่าการบริการและการสับเปลี่ยนต้นทุนเป็นตัวแปรในการศึกษา ว่ามีผลกระทบเชิงบวกหรือไม่ โดยการสำรวจแบบสอบถามออนไลน์กับผู้ที่ใช้บริการส่งสินค้าถึงบ้านจำนวน 1,238 คน จากนั้นใช้โมเดลสมการ โครงสร้างในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ ความพึงพอใจและความจงรักภักดี การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ประสิทธิภาพที่สำคัญ (IPA) ในการอธิบายความสัมพันธ์ของระดับความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพบริการ โลจิสติกส์และระดับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพบริการ โลจิสติกส์

ทั้งนี้ผลกระทบของโลจิสติกส์ได้มีผู้วิจัยศึกษาไว้หลายงาน เช่น Kersten and Koch (2010) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของการจัดการคุณภาพในคุณภาพบริการและความสำเร็จของธุรกิจของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ วัตถุประสงค์ คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพคุณภาพบริการและความสำเร็จของธุรกิจในบริษัท โลจิสติกส์ประเทศเยอรมัน ว่ามีติของการจัดการคุณภาพ ความสำเร็จของธุรกิจและคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ คือ ศักยภาพบริการ กระบวนการและ

ผลที่ได้ว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือไม่ โดยใช้แบบสอบถามทางอีเมลล์กับกลุ่มตัวอย่างพนักงาน 229 คน โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการตรวจสอบ และ Su and Sampaio (2012) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการบริการ โลจิสติกส์บนความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีในอุตสาหกรรมเคมีประเทศบราซิล วัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกระบวนการปรับตัวทางวัฒนธรรมของการสร้างบริการ โลจิสติกส์ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อวัฒนธรรมประเทศบราซิลว่ามีผลกระทบเชิงบวกหรือไม่ และในการตรวจสอบความตรงต่อเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ 148 คนในอุตสาหกรรมเคมีในประเทศบราซิล

และในปี 2013 ผู้วิจัยชื่อ Thai ได้ทำการศึกษา คุณภาพบริการ โลจิสติกส์: โมเดลแนวคิดและหลักฐานเชิงประจักษ์ วัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจแนวคิดของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์และมิติที่เกี่ยวข้องโดยการสร้างโมเดลแนวคิดและทดสอบ ได้ดำเนินการในสิงคโปร์กับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ 86 คนและลูกค้า 85 คน โดยใช้แบบสอบถามทางเมลล์ พบว่าคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ถูกต้องและเชื่อถือได้ในการวัดคุณภาพบริการ โลจิสติกส์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ

ในปี 1999 Garretson and Clow ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของมูลค่าคู่pongกับการคาดการณ์คุณภาพบริการ การรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจในการสั่งซื้อของอุตสาหกรรมทันตกรรม วัตถุประสงค์ คือ สำรวจตรวจสอบผลกระทบของการส่งเสริมการขายกับทัศนคติผู้บริโภคและความตั้งใจ โดยเฉพาะอิทธิพลของมูลค่าคู่pongกับการคาดการณ์คุณภาพบริการ การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการสั่งซื้อและการตรวจสอบความตั้งใจในการสั่งซื้อว่ามีผลกระทบทางบวกหรือไม่ ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าในขณะที่คู่pongมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในการสั่งซื้อของการให้บริการทันตกรรม ผลกระทบเชิงบวกถูกทำให้ไร้ผลโดยผลกระทบทางลบต่อความคาดหวังคุณภาพบริการ และการรับรู้ความเสี่ยงของการสั่งซื้อ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการ 348 คน ด้วยวิธีแบบสอบถาม

จากนั้นในปี 2002 Sudibyو ได้ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ของศักยภาพกระบวนการทางธุรกิจและคุณภาพบริการภายในกับคุณภาพบริการการดูแลสุขภาพ ความพึงพอใจผู้ป่วยและพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน วัตถุประสงค์เพื่อประเมินความสามารถกระบวนการทางธุรกิจและคุณภาพการให้บริการภายในกับคุณภาพบริการการดูแลสุขภาพ ความพึงพอใจผู้ป่วยและพฤติกรรม ผลการดำเนินงาน โรงพยาบาลว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือไม่ ซึ่งเก็บข้อมูลจากโรงพยาบาลในประเทศอินโดนีเซียที่มีการกำหนดบริการที่แตกต่างกัน โดยการใช้แบบสอบถามกับเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล 220 คนและผู้ป่วย 220 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS ทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นอย่างมีนัยสำคัญระหว่างคุณภาพบริการในการดูแลสุขภาพกับความพึงพอใจผู้ป่วย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจผู้ป่วยกับพฤติกรรมมีนัยสำคัญ แต่พฤติกรรมกับผลการดำเนินงาน โรงพยาบาลมีความสัมพันธ์เชิงลบ

Fullerton (2004) ได้ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ของคุณภาพ – ความจงรักภักดีของการบริการในการบริการค้าปลีก พบว่าความมุ่งมั่นทางอารมณ์และความต่อเนื่องเป็นผู้ใกล้ชิดกับความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ – การจงรักภักดี และความมุ่งมั่นทางอารมณ์ต่อร้านค้าปลีกมีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าในร้านเสื้อผ้าและร้านขายของชำ 217 คน โดยใช้แบบสอบถาม

ในปี 2006 Collier and Bienstock ได้ทำการศึกษา การวัดคุณภาพบริการในการค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ คือ การขยายการทำงานของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงการติดต่อสื่อสารในเว็บไซต์หรือคุณภาพกระบวนการ คุณภาพของผลลัพธ์และคุณภาพการกู้คืน โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัย 266 คน โดยใช้แบบสอบถาม และในปีเดียวกัน Lim (2006) ได้ทำการศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการบริการบนความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีและพฤติกรรมอนาคตสำหรับการมีส่วนร่วมของศูนย์ออกกำลังกายในเกาหลีใต้ : โมเดลสมการโครงสร้าง วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจลูกค้า เจตคติต่อความจงรักภักดีและพฤติกรรมในอนาคตว่ามีอิทธิพลโดยตรงหรือไม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ

ลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายในกรุงโซล ทั้งหมด 496 คน ด้วยวิธีแบบสอบถาม

Chang and Liu (2007) ได้ทำการศึกษา ระบบพัฒนาคุณภาพบริการ : การพัฒนาการวัดและตรวจสอบ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องว่างของคุณภาพบริการของกระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศโดยการใช้ SERVPERF และความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ คุณภาพของระบบและสารสนเทศ ประโยชน์จากการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้ว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกหรือไม่ โดยการสำรวจด้วยเมล์จากผู้ใช้ระบบสารสนเทศจำนวน 168 คน ด้วยการวิเคราะห์โครงสร้าง LISREL พบว่า SERVPERF เป็นตัววัดที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ของระบบพัฒนาคุณภาพบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความเชื่อมั่นและความเห็นอกเห็นใจ เป็นปัจจัยแรก และยังพบว่าระบบพัฒนาคุณภาพบริการมีผลในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ

Chakrabarty *et al.* (2008) ได้ทำการศึกษา การทำความเข้าใจคุณภาพบริการและความสัมพันธ์คุณภาพการจ้างในระบบสารสนเทศ : การวางแผนทางลูกค้าและการส่งเสริมการขาย ประสิทธิภาพการจัดการ โครงการและโครงสร้างงานเทคโนโลยี เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างคุณภาพการบริการและความสัมพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารระดับสูง 160 คน โดยใช้แบบสอบถาม

Vannirajan and Manimaran (2009) ได้ทำการศึกษาการจัดการระบบสารสนเทศสำหรับคุณภาพบริการในธนาคารพาณิชย์ วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพระบบและสารสนเทศ ลักษณะการทำงานของพนักงาน การสนับสนุนทางเทคนิคว่ามีผลกระทบทางตรงกับผลการดำเนินงานของพนักงานและผลกระทบทางอ้อมกับคุณภาพบริการอย่างไร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานธนาคารในประเทศอินเดียโดยการสัมภาษณ์ ทั้งหมด 530 คน ข้อมูลที่ได้ถูกทดสอบโดยรีเกรซันและการวิเคราะห์เส้นทาง ผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของระบบสารสนเทศเป็นระบบคุณภาพ คุณภาพสารสนเทศ ลักษณะพนักงานระบบสารสนเทศและการสนับสนุนทางเทคนิค ในขณะที่ผลกระทบคุณภาพบริการและประสิทธิภาพพนักงานระบบสารสนเทศ ระบบคุณภาพ คุณภาพสารสนเทศและลักษณะพนักงานมีผลกระทบกับคุณภาพบริการมีลักษณะเป็น

ทางบวก ในขณะที่เดียวกันการสนับสนุนทางเทคนิคเพียงอย่างเดียวมีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการ โดยตรง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าประสิทธิภาพพนักงานระบบสารสนเทศก่อให้เกิดคุณภาพบริการที่มีการสนับสนุนทางเทคนิค และในปีเดียวกัน Jamal and Anastasiadou (2009) ได้ทำการศึกษา การตรวจสอบผลกระทบของมิติคุณภาพบริการและความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับความจงรักภักดี วัตถุประสงค์ เพื่อเติมช่องว่างและตรวจสอบผลกระทบของแต่ละมิติของคุณภาพการบริการในการ สร้างและเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้าผ่านความพึงพอใจ และตรวจสอบผลกระทบโดยตรงและ โดยอ้อมของความเชี่ยวชาญบนความจงรักภักดีของลูกค้า โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการธนาคาร 200 คน โดยใช้แบบสอบถามและโมเดลสมการ โครงสร้างในการวิเคราะห์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ในปี 1999 Stank *et al.* ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของการดำเนินงานการบริการซัพพลายเออร์เกี่ยวกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้บริหารร้านค้าในอุตสาหกรรมอาหารฟาส์ฟู้ด วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างคุณภาพบริการและผลกำไรในการดำเนินงานการให้บริการ โดยเฉพาะผลกระทบจากผลการดำเนินงานและประสิทธิภาพการทำงานบนความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือไม่ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการร้านอาหารในอเมริกา 560 ร้าน ด้วยวิธีสัมภาษณ์

Kim *et al.* (2004) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าและอุปสรรคการเปลี่ยนความจงรักภักดีของลูกค้าในการให้บริการการสื่อสารโทรคมนาคมมือถือในประเทศเกาหลี วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิธีการความจงรักภักดีของลูกค้าและอิทธิพลต่ออุปสรรคการเปลี่ยนความจงรักภักดีของลูกค้าว่ามีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้โทรศัพท์ โดยเก็บจาก โรงเรียน บ้านและสถานที่ทำงาน ทั้งหมด 350 คน ด้วยวิธีแบบสอบถาม

ทั้งนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร โดย Hawari and Ward (2006) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของคุณภาพการบริการอัตโนมัติของธนาคารออสเตรเลีย

ประสิทธิภาพทางการเงินและบทบาทการใกล้เคียงความพึงพอใจของลูกค้า วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของลูกค้าที่มีคุณภาพบริการและการดำเนินงานทางการเงินของธนาคารในบริบทของสภาพแวดล้อมใหม่ๆของธนาคารในประเทศออสเตรเลีย และทดสอบบทบาทการใกล้เคียงความพึงพอใจของลูกค้าว่ามีความสัมพันธ์และมีความเกี่ยวข้องเชิงบวกหรือไม่ โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง วิธีการเก็บ คือ สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการธนาคารทั้งหมด 442 คน และในปีเดียวกัน Olorunniwo and Hsu (2006) ได้ทำการศึกษา การวิเคราะห์จำแนกประเภทของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจลูกค้าและความตั้งใจในการบริการ วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของการแบ่งประเภทของการให้บริการ การดำเนินงานของการวัดการบริการกำหนดโดยคุณภาพการบริการ และความสัมพันธ์ของความพึงพอใจและพฤติกรรม โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าในธนาคาร 317 คน โดยใช้แบบสอบถาม

Chathoth *et al.* (2007) ได้ทำการศึกษา การรับรู้ของพนักงานของความไว้วางใจต่อองค์กร และการบริการ : โมเดลโครงสร้างการรวมผลกระทบที่มีต่อความพึงพอใจของพนักงาน วัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของการรับรู้ของพนักงานความไว้วางใจขององค์กรกับการบริการและความพึงพอใจของพนักงานว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือไม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานโรงแรม 150 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และในปีเดียวกัน Kim *et al.* (2007) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริการเครือข่ายบนความพึงพอใจลูกค้าและความจงรักภักดี บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศเกาหลี วัตถุประสงค์ เพื่อระบุความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของประสิทธิภาพของเครือข่ายความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต 51 คนในประเทศเกาหลี โดยใช้แบบสอบถามทางเว็บไซต์

Molinari *et al.* (2008) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจ , คุณภาพและคุณค่า และผลกระทบต่อ การซื้อคืนและพฤติกรรมการตั้งใจเชิงบวกแบบปากต่อปากในการบริการ B2B วัตถุประสงค์ คือ การทำความเข้าใจกับความพึงพอใจ คุณภาพและคุณค่าของผลกระทบการซื้อคืนและการตั้งค่าเชิงบวกในธุรกิจกับธุรกิจ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า 382 คนในประเทศอเมริกา โดย

ใช้แบบสอบถามทางเมลล์และโมเดลสมการ โครงสร้างในการทดสอบ และในปีเดียวกัน Yee *et al.*, (2008) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบต่อความพึงพอใจของพนักงานที่มีคุณภาพและการทำกำไรในการติดต่อบริการอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบผลกระทบความพึงพอใจของพนักงานเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในการติดต่อบริการอุตสาหกรรม คุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกหรือไม่ โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจากร้านค้าในฮ่องกง 206 แห่งจากพนักงานด้วยวิธีแบบสอบถาม โดยมีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของพนักงาน คุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและการทำกำไรของบริษัท โดยการใช้โมเดลสมการ โครงสร้างในการทดสอบ

Kassim and Abdullah (2010) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของมิติการรับรู้คุณภาพบริการบนความพึงพอใจลูกค้า ความไว้วางใจและความจงรักภักดีในการตั้งค่าอี-คอมเมิร์ซ วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความจงรักภักดีในการตั้งค่าอี-คอมเมิร์ซ ในประเทศมาเลเซียและกาตาร์ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานในประเทศมาเลเซียและกาตาร์ตามห้างสรรพสินค้า โดยวิธีการสัมภาษณ์และใช้โมเดลสมการ โครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน และในปีเดียวกัน Udo *et al.* (2010) ได้ทำการศึกษา การประเมินลูกค้าการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการรับรู้คุณภาพ ความพึงพอใจและความตั้งใจ วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบมิติของคุณภาพการให้บริการเว็บขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้า อินเทอร์เน็ตและการรับรู้ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะบริหาร 211 คนที่ชื่อของออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถาม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี

Sivadas and Prewitt (2000) ได้ทำการศึกษา การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีกับร้านค้า วัตถุประสงค์ เพื่อดูความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจกับการซื้อคืนและให้คำแนะนำ และความจงรักภักดีว่ามีผลกระทบเชิงบวกหรือไม่ โดยใช้วิธีสำรวจสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์คนละ 13 นาที จากผู้ซื้อจำนวน 542 คน ที่ชื่อของจากห้างสรรพสินค้าภายใน 3 เดือน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคาร โดย Caruana and Malta (2002) ได้ทำการศึกษา การบริการความจงรักภักดีของผลกระทบของคุณภาพบริการและบทบาทการใกล้ชิดของความพึงพอใจลูกค้า โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าธนาคาร 1,000 คน โดยใช้แบบสอบถาม และ Ghane *et al.* (2011) ได้ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ ความไว้วางใจ คุณภาพบริการและความจงรักภักดีทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาธนาคารในประเทศอิหร่าน วัตถุประสงค์ คือ การตรวจสอบผลกระทบของความพึงพอใจ ความไว้วางใจและคุณภาพบริการทางอินเทอร์เน็ตบนความจงรักภักดีในธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาโท 835 คน โดยใช้แบบสอบถามทางอีเมล และในปีเดียวกัน Ganguli and Roy (2011) ได้ทำการศึกษา มิติคุณภาพบริการเทคโนโลยีในธนาคารส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดี วัตถุประสงค์ เพื่อระบุมิติของคุณภาพบริการทั่วไปของธนาคารและตรวจสอบผลกระทบของมิติความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้าว่ามีผลกระทบทางตรงเชิงบวกหรือไม่ โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยรัฐประเทศอเมริกา 336 คนที่ใช้บริการธนาคาร และใช้โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐาน จากนั้นในปี 2012 Zafar *et al.* ได้ทำการศึกษา คุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดี : การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของกลุ่มธนาคารในปีที่สถานวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจโครงสร้างคุณภาพบริการธนาคารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการตรวจสอบผลกระทบของความพึงพอใจของลูกค้าบนความจงรักภักดีของลูกค้าในความสัมพันธ์ของธนาคาร โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้า 500 คน

Helgesen *et al.* (2010) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของร้านค้าและภาพลักษณ์ห่วงโซ่บนกระบวนการคุณภาพ – ความพึงพอใจ – ความจงรักภักดี ในธุรกิจค้าปลีกน้ำมัน วัตถุประสงค์ เป็นการเก็บรวบรวมความพึงพอใจของร้านค้า มีการแบ่งประเภทคุณภาพบริการและราคาบนความจงรักภักดีต่อร้านค้า โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าในปั้มน้ำมัน 151 คน โดยใช้แบบสอบถาม

และในปี 2011 ได้มีงานวิจัยเกี่ยวกับความจงรักภักดี ดังนี้ Lloyd and Luk (2011) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการทำงานร่วมกันที่นำไปสู่ความสะดวกสบายในการบริการวัตถุประสงค์

เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมการทำงานร่วมกับการบริการที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายให้กับลูกค้า และตรวจสอบบทบาทการประเมินคุณภาพของความพึงพอใจของลูกค้าและคำบอกเล่าที่ดีใน 2 อุตสาหกรรม โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก สอบถามลูกค้าในช่องทางตามร้านเครื่องแต่งกายและร้านอาหารทั้งหมด 541 คน ผลที่ได้ คือ 2 กลุ่มที่สำคัญของพฤติกรรมในการทำงานร่วมกันจะมีความรู้สึกของความสะดวกสบายของลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพโดยรวมและความพึงพอใจลูกค้าและนำไปสู่การบอกแบบปากต่อปากที่ดี, Wu (2011) ได้ทำการศึกษา ความจงรักภักดีของลูกค้าอธิบายโดยการฟื้นฟูอิเล็กทรอนิกส์ของคุณภาพบริการ : ผลกระทบของความสัมพันธ์ลูกค้าการจัดตั้งสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้ทำการตรวจสอบและสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์, ความพึงพอใจของลูกค้า, คุณภาพบริการการกู้คืนอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีของลูกค้าสำหรับผู้บริโภคอิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ 121 คนที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์, Roostika (2011) ได้ทำการศึกษา ผลกระทบของการรับรู้คุณภาพบริการและความน่าเชื่อถือบนความจงรักภักดี : มุมมองของลูกค้าในการยอมรับโทรศัพท์อินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ, ความไว้วางใจและความจงรักภักดีตามการรับรู้ของลูกค้าในบริบทโทรศัพท์อินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ 186 คนที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยใช้แบบสอบถาม และ Ou *et al.* (2011) ได้ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีของลูกค้าและคุณภาพบริการ วัตถุประสงค์ เพื่อวัดผลกระทบของความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพ ความมุ่งมั่นและความจงรักภักดีว่ามีผลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าด้วยวิธีสัมภาษณ์ในห้างสรรพสินค้าในได้หวั่นจากแบบสอบถาม 480 คน โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของคุณภาพโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์ โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา		
	คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (LSQ)	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
Huang <i>et al.</i> (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพสารสนเทศ - ขั้นตอนการสั่งซื้อ - การตรงต่อเวลา - เงื่อนไขการสั่งซื้อ - การจัดการคำสั่งซื้อที่แตกต่างกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถามทางอีเมลล์ - ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าปลีก 184 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<p>คุณภาพบริการ โลจิสติกส์มีผลกระทบต่อความพึงพอใจ และ คุณภาพบริการ โลจิสติกส์และความพึงพอใจมีผลกระทบต่อความจงรักภักดี</p>
Huang and Feng (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - การบริการการส่งมอบ - ทักษะภาพการบริการ - การตรงต่อเวลา - การจัดการคำสั่งซื้อที่แตกต่างกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถามออนไลน์ - ผู้ใช้บริการส่งสินค้าถึงบ้าน 1,238 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<p>คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ , คุณค่าการบริการ , ต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดี</p>
Kersten and Koch (2010)	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพของศักยภาพ - คุณภาพของกระบวนการ - คุณภาพของผลที่ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถามทางอีเมลล์ - พนักงาน 229 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<p>1. การจัดการคุณภาพมีผลกระทบต่อความพึงพอใจ ศักยภาพ , กระบวนการและผลลัพธ์</p> <p>2.การประสบความสำเร็จทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพศักยภาพ , กระบวนการและผลลัพธ์</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา		
	คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (LSQ)	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
Saura <i>et al.</i> (2008)	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพบุคลากร - คุณภาพสารสนเทศ - คุณภาพในการสั่งซื้อ - การตรงต่อเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> - สัมภาษณ์ - พนักงานบริษัท 194 บริษัท - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. คุณภาพบุคลากร, สารสนเทศและการสั่งซื้อมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจ 2. ความพึงพอใจมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อการตรงต่อเวลา 3. ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญต่อความจงรักภักดี
Saura and Molina (2010)	<ul style="list-style-type: none"> - ความเชื่อถือ - การเอาใจใส่ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถาม - ผู้บริโภค 400 คน ของร้านค้าปลีกขายของชำ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องใช้ไฟฟ้า - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. คุณภาพบริการโลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความน่าเชื่อถือ 2. ความมุ่งมั่นมีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อตัวแทนจำหน่ายหลัก
Thai (2013)	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพการติดต่อบุคคล - คุณภาพสารสนเทศ - การจัดการคำสั่งซื้อที่แตกต่างกัน - คุณภาพการบริการการจัดจำหน่าย - การตรงต่อเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถามทางอีเมลล์ - ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ 86 คน และลูกค้า 85 คน - การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (CFA) 	<p>คุณภาพบริการโลจิสติกส์เชิงบวกนำไปสู่การมีประสิทธิภาพและโลจิสติกส์ที่ยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในด้านคุณภาพบริการ</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา		ผลการวิจัย
	คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (LSQ)	เครื่องมืองานวิจัย	
Su and Sampaio (2012)	- มติการดำเนินงาน - มติด้านความสัมพันธ์	- แบบสอบถาม - ผู้ซื้อ 148 คนใน อุตสาหกรรมเคมี - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1.ประสิทธิภาพเชิงสัมพัทธ์มี ผลกระทบต่อผล การดำเนินงาน 2.ผลการดำเนินงาน และ ประสิทธิภาพเชิงสัมพัทธ์มี ผลกระทบต่อความ พึงพอใจ 3.ความมุ่งมั่นทางอารมณ์มี ผลกระทบต่อ พฤติกรรมซื้อ
Saura <i>et al.</i> (2008)	- ความเชื่อถือ - การเอาใจใส่	- แบบสอบถาม - ผู้บริโภค 400 คน ของร้านขายของชำ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องใช้ไฟฟ้า ไม้ - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. ความ น่า เชื่อ ถือ และ เทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิง บวกต่อความเห็นอกเห็นใจ 2.คุณภาพบริการ โลจิสติกส์มี อิทธิพลเชิงบวกต่อความ น่าเชื่อถือและความเห็นอก เห็นใจ 3.คุณภาพบริการ โลจิสติกส์มี อิทธิพลเชิงบวกต่อความพึง พอใจลูกค้า 4.ความ พึง พอ ใจ ลูก ค้า มี ผลกระทบต่อความ จงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อ ตัวแทนจำหน่าย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (LSQ)	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
Bienstock <i>et al.</i> (2007)	- คุณภาพของกระบวนการ - คุณภาพของผลที่ได้	- แบบสอบถาม ออนไลน์ - สมาชิกขององค์การ วิชาชีพที่มีส่วนใน กิจกรรมการจัดซื้อ 3,360 คน - โมเดลการยอมรับ เทคโนโลยี (TAM)	โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี สร้างความสะดวกในการรับรู้ การใช้งานและการรับรู้ ผลประโยชน์ของเทคโนโลยี สารสนเทศในการใช้ เครื่องมือ
Davis (2006)	- มิติการดำเนินงาน - มิติด้านความสัมพันธ์	- สัมภาษณ์ทาง โทรศัพท์ - ลูกค้าที่ใช้บริการ ร้านค้าปลีก 396 คน - การวิเคราะห์ปัจจัย เชิงยืนยัน (CFA)	1. ความสัมพันธ์คุณภาพ บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพล โดยตรงต่อการดำเนินงาน คุณภาพบริการโลจิสติกส์ 2. การดำเนินงานและ ความสัมพันธ์คุณภาพ บริการโลจิสติกส์มีอิทธิพล เชิงบวกต่อความพึงพอใจ 3. ความมุ่งมั่นทางอารมณ์มี อิทธิพลเชิงบวกต่อ พฤติกรรมการซื้อและความ จงรักภักดี 4. ความพึงพอใจอย่างมี นัยสำคัญมีอิทธิพลต่อความ มุ่งมั่นทางอารมณ์

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	คุณภาพบริการ (SQ)		
Lim (2006)	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งอำนวยความสะดวก - ทัศนคติของพนักงาน - การผ่อนคลาย - สุขภาพการออกกำลังกาย - สังคม 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถาม - ลูกค้าที่ใช้บริการ - ศูนย์ออกกำลังกาย ในกรุงโซล ทั้งหมด 496 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า 2. ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีต่อกฎเกณฑ์การลงทุนและทางอารมณ์ 3.ความจงรักภักดีทางอารมณ์ กฎเกณฑ์และการลงทุนมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมในอนาคตต่อความตั้งใจ
Chang and Liu (2007)	<ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถามทาง อีเมล - ผู้ใช้ระบบ สารสนเทศจำนวน 168 คน - การวิเคราะห์ปัจจัย เชิงยืนยัน (CFA) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาระบบคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพสารสนเทศระบบคุณภาพ 2. คุณภาพสารสนเทศและระบบคุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ 3.คุณภาพสารสนเทศระบบคุณภาพและการรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	คุณภาพบริการ (SQ)		
Sudibyo (2002)	<ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถาม - พนักงานโรงพยาบาล 220 คนและผู้ป่วย 220 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความสัมพันธ์เชิงบวกของพฤติกรรมและคุณภาพการบริการการดูแลสุขภาพกับความพึงพอใจของผู้ป่วย 2. มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างพฤติกรรมและประสิทธิภาพการบริการ
Garretson and Clow (1999)	<ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถาม - ลูกค้าที่ใช้บริการ 348 คน - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficients) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การรับรู้คุณภาพบริการความคาดหวังมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อและมีผลกระทบแบบผกผันต่อการรับรู้ความเสี่ยงในการสั่งซื้อ 2. การรับรู้ความเสี่ยงมีผลกระทบแบบผกผันต่อความตั้งใจในการสั่งซื้อ 3. มูลค่าของอุปองมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อและการรับรู้ความเสี่ยงและผลกระทบแบบผกผันต่อวิวัฒนาการคุณภาพการบริการ 4. การใช้งานมีผลกระทบแบบผกผันต่อความตั้งใจในการสั่งซื้อภายใน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	คุณภาพบริการ (SQ)		
Vannirajan and Manimaran (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - การตอบสนองต่อการร้องขอและการรักษาสัญญาคูกค้า - การเก็บข้อมูลที่ต้องการ - การไว้วางใจ, สม่่าเสมอ - การให้ความสนใจและเข้าใจความต้องการลูกค้า - ความรู้สึกปลอดภัย - การปรับปรุงอุปกรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สัมภาษณ์ - พนักงานธนาคารในประเทศอินเดียทั้งหมด 530 คน - รีเกรซชันและการวิเคราะห์เส้นทาง (regression and path analysis) 	ระบบคุณภาพ , คุณภาพสารสนเทศและลักษณะระบบพนักงานสารสนเทศมีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการในเชิงบวก แต่ต้องผ่านประสิทธิภาพพนักงานสารสนเทศด้วยการสนับสนุนทางเทคนิคมีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการทางตรง
Collier and Bienstock (2006)	<ul style="list-style-type: none"> - การทำงาน - ความถูกต้องของข้อมูล - การออกแบบ - ความเป็นส่วนตัว - การใช้งานที่ง่าย - ความถูกต้องในการสั่งซื้อ - เงื่อนไขการสั่งซื้อ - การตรงต่อเวลา - ความยุติธรรม - กระบวนการยุติธรรม - ผลที่ได้ยุติธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถาม - นักศึกษา มหาวิทยาลัย 266 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. คุณภาพกระบวนการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ 2. คุณภาพกระบวนการ ผู้บริโภคมีผลกระทบต่อประเมินผลประสบการณ์การบริการออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ 3. การประเมินผลคุณภาพและคุณภาพการกู้คืนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมอนาคตลูกค้า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
คุณภาพบริการ (SQ)			
Wang <i>et al.</i> (2003)	- ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ	- แบบสอบถาม - ลูกค้านาคาร 350 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1.ความเป็นรูปธรรม , การตอบสนอง , การให้ความมั่นใจ มีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ของลูกค้าของคุณภาพบริการ 2. ความพร้อมของผลิตภัณฑ์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความเป็นรูปธรรมและความเชื่อถือไว้วางใจ ต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ 3. คุณภาพบริการและผลิตภัณฑ์มีผลกระทบเชิงบวกต่อชื่อเสียงอาคาร
Fullerton (2004)	- คุณภาพการทำงานร่วมกัน - คุณภาพผลที่ได้ - คุณภาพสิ่งแวดล้อม	- แบบสอบถาม - ลูกค้าในร้านเสื้อผ้าและร้านขายของชำ 217 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1.ความมุ่งมั่นทางอารมณ์และความมุ่งมั่นที่ต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพบริการและความจงรักภักดี 2. ความมุ่งมั่นทางอารมณ์ของร้านค้าปลีกและความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในความสัมพันธ์การตลาดมีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา คุณภาพบริการ (SQ)	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
Jamal and Anastasiadou (2009)	- ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ	- แบบสอบถาม - ผู้ใช้บริการธนาคาร 200 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1.ความน่าเชื่อถือ , ความเป็นรูปธรรมและความเห็นอกเห็นใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดี 2. ความเชื่อ ข ว ษา ญ มี ความสัมพันธ์เชิงลบกับความจงรักภักดีแต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจและความจงรักภักดี
Chakrabarty et al. (2008)	- ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ	- แบบสอบถาม - ผู้บริหารระดับสูง 160 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับลูกค้าและการส่งเสริมประสิทธิภาพของผู้ขายในขณะที่ผลกระทบเชิงสาเหตุเชิงบวกของความสัมพันธ์ทางคุณภาพบริการจะได้รับการใกล้เคียงจากประสิทธิภาพการจัดการโครงการ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา คุณภาพบริการ (SQ)	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
Yang <i>et al.</i> (2010)	- ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอก เห็นใจ	- แบบสอบถาม - นักท่องเที่ยว 565 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับคุณภาพการบริการและความเต็มใจที่จะกลับมาพักใหม่ 2. รูปแบบที่สมบูรณ์แหล่งซื้อปลีกพักผ่อน ราคาและความจงรักภักดีมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพบริการ 3. รูปแบบที่รวดเร็วมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับความเต็มใจที่จะกลับมาใหม่พักใหม่ 4. ความตั้งใจที่จะกลับมาพักใหม่มีผลกระทบต่อคุณภาพบริการ
Lam <i>et al.</i> (2012)	- ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอก เห็นใจ	- แบบสอบถาม - ผู้ผลิตมาเลเซีย 150 บริษัท - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. การจัดการคุณภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับทิศทางการตลาดและคุณภาพบริการ 2. ทิศทางการตลาดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับคุณภาพบริการ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	คุณภาพบริการ (SQ)		
Peterson <i>et al.</i> (2005)	<ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 45 นาที - ประเทศอเมริกาและยุโรป 8 ประเทศที่เป็นกรรมการห้องปฏิบัติการทางคลินิก - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<p>คุณภาพบริการใน B2B อยู่ในขอบเขตของการรับรู้ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป</p>
Keillor <i>et al.</i> (2007)	<ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นรูปธรรม - ความเชื่อถือไว้วางใจ - การตอบสนอง - การให้ความมั่นใจ - ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - แบบสอบถาม - ลูกค้า 1,912 คนตามห้างสรรพสินค้า - สนามบิน สถานที่ช้อปปิ้ง - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) 	<p>การบริการที่มีคุณภาพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างระดับคุณภาพบริการและการตั้งใจซื้อในตลาด Servicescape พบว่า มีผลกระทบกับความตั้งใจซื้อใน 7 ประเทศยกเว้นประเทศอินเดีย</p>

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	ความพึงพอใจ (SAT)		
Chathoth <i>et al.</i> (2007)	- ความพึงพอใจของการ รับรู้ของพนักงาน	- แบบสอบถาม - พนักงานโรงแรม 150 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	ความไว้วางใจมีผลกระทบกับ บรรยากาศและความพึงพอใจ ของพนักงานในขณะที่การ บริการมีผลกระทบต่อความ พึงพอใจของพนักงานอย่างมี นัยสำคัญ
Yee <i>et al.</i> (2008)	1. ลูกค้า - ราคา - บริการสอบถามข้อมูล - การบริการลูกค้าในการ ทำธุรกรรม - การจัดการบริการของ ความไม่พอ 2. พนักงาน - ความพึงพอใจเงินเดือน - ความพึงพอใจการ ส่งเสริมการขาย - ความพึงพอใจในงาน - ความพึงพอใจกับเพื่อน ร่วมงาน	- แบบสอบถาม - ร้านค้าในฮ่องกง 206 แห่งจาก พนักงาน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	ความพึงพอใจของพนักงาน เกี่ยวข้องกันอย่างมีนัยสำคัญ กับคุณภาพบริการและความ พึงพอใจของลูกค้าและมี อิทธิพลกับการทำกำไรของ บริษัท
Kim <i>et al.</i> (2004)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- แบบสอบถาม - ผู้ใช้โทรศัพท์ ทั้งหมด 350 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	อุตสาหกรรมจะขยับเน้นกล ยุทธ์การดึงลูกค้าใหม่ที่มีผล ต่อการรักษาลูกค้าที่มีอยู่ผ่าน การส่งเสริมของความ จงรักภักดีของลูกค้า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	ความพึงพอใจ (SAT)		
Hawari and Ward (2006)	ลูกค้า -บริการ - บุคลากร - สภาพแวดล้อม - ค่าธรรมเนียมธนาคาร - ขั้นตอนการบริการจัดส่ง - การบริการอัตโนมัติ	- สัมภาษณ์ - ผู้ใช้บริการ ธนาคารทั้งหมด 442 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	ความพึงพอใจของลูกค้ามี ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ การบริการโดยอัตโนมัติและ ประสิทธิภาพทางการเงิน
Stank <i>et al.</i> (1999)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- สัมภาษณ์ - ผู้จัดการ ร้านอาหารใน อเมริกา 560 ร้าน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	ผลประโยชน์ของการสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้ามาจาก ความเข้าใจที่เพิ่มขึ้นของผู้จัด จำหน่ายที่มีความสามารถกับ ความต้องการของลูกค้า ทำให้ ผู้ให้บริการสามารถมุ่งเน้นไป ที่การดำเนินงานตามที่ลูกค้า ต้องการ
Kassim and Abdullah (2010)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- สัมภาษณ์ - พนักงานใน ประเทศมาเลเซีย และกาตาร์ตาม ห้างสรรพสินค้า - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. การรับรู้คุณภาพบริการมี ผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความพึงพอใจของลูกค้า 2. ความพึงพอใจของลูกค้ามี ผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความไว้วางใจ 3. ความพึงพอใจของลูกค้า และ ความไว้วางใจมี ผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความจงรักภักดี

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	ความพึงพอใจ (SAT)		
Udo <i>et al.</i> (2010)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- แบบสอบถาม - นักศึกษาคณะ บริหาร 211 คนที่ ชื่อของออนไลน์ - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	คุณภาพบริการมีอิทธิพล ทางอ้อมกับความพึงพอใจบน เว็บ คุณภาพบริการและ พฤติกรรม
Molinari <i>et al.</i> (2008)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- แบบสอบถามทาง อีเมล - ผู้ใช้บริการขนส่ง สินค้าในประเทศ อเมริกา 382 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. มีความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญของคุณภาพเชิงบวก กับการพูดปากต่อปาก 2. มีความสัมพันธ์อย่างมี นัยสำคัญของความพึงพอใจ กับการซื้อคืนและการพูดปาก ต่อปาก
Kim <i>et al.</i> (2007)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- แบบสอบถามทาง เว็บไซต์ - ผู้ใช้บริการ อินเทอร์เน็ต 51 คนในประเทศ เกาหลี - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. ความเร็วในการดาวน์โหลด และอัปโหลดมีผลกระทบเชิง บวกกับความพึงพอใจลูกค้า 2. ความล่าช้าในการโอนและ อัตราการสูญเสียแพ็คเกจมี ผลกระทบเชิงลบกับความพึง พอใจลูกค้า 3. ความพึงพอใจลูกค้ามี ผลกระทบเชิงบวกต่อความ จงรักภักดีลูกค้า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา ความพึงพอใจ (SAT)	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
Olorunniwo and Hsu (2006)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- แบบสอบถาม - ลูกค้าในธนาคาร 317 คน - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	การตอบสนอง , ความเป็นรูปธรรม , ความน่าเชื่อถือ , ความรู้ และการเข้าถึง มีนัยสำคัญต่อคุณภาพบริการและความพึงพอใจคุณภาพบริการมีผลกระทบกับพฤติกรรม
Lloyd and Luk (2011)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- สัมภาษณ์ - ลูกค้าฮ่องกงตามร้านแต่งกายและร้านอาหาร541คน - การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (CFA)	พฤติกรรมในการทำงานร่วมกันจะมีความรู้สึกร่วมกันของความสะอาดสบายของลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพโดยรวมและความพึงพอใจลูกค้าและนำไปสู่การบอกแบบปากต่อปากที่ดี
He <i>et al.</i> (2011)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- แบบสอบถาม - พนักงานโรงแรมในประเทศจีน 230 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)	1. สภาพการบริการที่แตกต่างกันมีผลกระทบกับความพึงพอใจลูกค้า 2. สภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงกับความพึงพอใจลูกค้า 3. การสนับสนุนการบริหารและการอำนวยความสะดวกในการทำงานมีผลกระทบเชิงบวกทางตรงกับความพึงพอใจลูกค้าผ่านการปรับปรุงความมุ่งมั่นของพนักงาน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	ความพึงพอใจ (SAT)		
Lin and Lin (2011)	ความพึงพอใจของการเผชิญหน้าการบริการ	- แบบสอบถาม - พนักงานและลูกค้า 217 คู่ ใน 10 อุตสาหกรรมการบริการ - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. อารมณ์ของพนักงาน กลุ่มทำงานและสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกกับการส่งอารมณ์ของพนักงาน 2. การส่งอารมณ์ของพนักงานมีอิทธิพลเชิงบวกกับอารมณ์ของลูกค้าและผลที่ได้จากการให้บริการ
Diaz and Ruiz (2002)	ความพึงพอใจการบริการ	- แบบสอบถาม - นักท่องเที่ยวของสนามบิน Altet International 171 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	การกำหนดลักษณะ ผลกระทบและพฤติกรรม ซึ่งความโกรธเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการควบคุมของเกี่ยวกับพฤติกรรม
Babbar and Koufteros (2008)	ความพึงพอใจของลูกค้า	- แบบสอบถาม - นักศึกษาในมหาวิทยาลัยในประเทศอเมริกาทางตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 437 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	ความสนใจแต่ละบุคคล การช่วยเหลือ มารยาทและความรวดเร็วพบว่ามีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบิน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	ความจงรักภักดี (LAT)		
Zafar <i>et al.</i> (2012)	ความจงรักภักดีของลูกค้า	- แบบสอบถาม - ลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคาร 192คน - รีเกรซชั่น (regression)	ความพึงพอใจของลูกค้ามี นัยสำคัญเชิงบวกต่อคุณภาพ บริการและความจงรักภักดีต่อ ลูกค้า
Ou <i>et al.</i> (2011)	- ขั้นตอนการตั้งชื่อบัตร ของขวัญ - ส่วนลดบัตรสมาชิก - จับสลาก	- สัมภาษณ์ - ลูกค้าห้าง สรรพสินค้าใน ไต้หวัน 480 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. ความจงรักภักดีลูกค้าและ คุณภาพบริการมีผลกระทบ เชิงบวกต่อคุณภาพ 2. ลูกค้ามีผลกระทบต่อ คุณภาพเชิงบวกกับความ มุ่งมั่น 3. โปรแกรมความจงรักภักดี ลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อ ความจงรักภักดี
Ganguli and Roy (2011)	ความจงรักภักดีของลูกค้า	- แบบสอบถาม ออนไลน์ - นักศึกษาระดับ ปริญญาตรีของ มหาวิทยาลัยรัฐ ประเทศอเมริกา 336 คนที่ใช้บริการ ธนาคาร - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. การบริการลูกค้าและการใช้ งานเทคโนโลยีที่สะดวกและ ความน่าเชื่อถือมีผลกระทบ อย่างมีนัยสำคัญเชิงบวกต่อ ความพึงพอใจและความ จงรักภักดีลูกค้า 2. ความสะดวกสบายด้าน เทคโนโลยีและความพึง พอใจลูกค้ามีผลกระทบอย่าง มีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความ จงรักภักดีลูกค้า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	ความจงรักภักดี (LAT)		
Sivadas and Prewitt (2000)	ความจงรักภักดีของร้านค้า	- สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ - ผู้ซื้อจำนวน 542 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)	1.คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความพึงพอใจกับห้างสรรพสินค้า 2. ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อทัศนคติ , การซื้อคืนและข้อเสนอแนะแต่มีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดี
Caruana and Malta (2002)	ความจงรักภักดีในการบริการ	- แบบสอบถาม - ลูกค้านานาชาติ 1,000 ราย - สมการถดถอย (regression equation)	ความพึงพอใจลูกค้ามีผลกระทบกับคุณภาพบริการบนความจงรักภักดีและจำนวนประชากรเป็นตัวชี้วัดของความจงรักภักดี
Ghane et al. (2011)	ความจงรักภักดีของลูกค้า	- แบบสอบถามทางอีเมลล์ - นักศึกษาปริญญาโท 835 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)	คุณภาพบริการ , ความพึงพอใจและความไว้วางใจมีผลกระทบต่อทางตรงและทางอ้อมต่อความจงรักภักดี
Gurbuz (2008)	- การให้คำแนะนำ - ความถี่ในการใช้บริการ	- แบบสอบถาม - ลูกค้าธุรกิจร้านเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด 490 คน - โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)	คุณภาพการรับรู้การบริการและความพึงพอใจลูกค้ามีอิทธิพลต่อร้านค้า แปรนด้นิยมและการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีทำให้เกิดการพัฒนาของความจงรักภักดีต่อร้านค้า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
	ความจงรักภักดี (LAT)		
Wu (2011)	ความจงรักภักดีของลูกค้า	- แบบสอบถาม ออนไลน์ - 121 คนที่ใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ - รีเกรซชัน (regression)	1. คุณภาพบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีลูกค้า 2. คุณค่าการรับรู้และความพึงพอใจลูกค้ามีความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และความจงรักภักดีลูกค้า 3. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลกระทบทางอ้อมเชิงบวกต่อความพึงพอใจลูกค้า
Roostika (2011)	ความจงรักภักดีของลูกค้า	- แบบสอบถาม - 186 คนที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ต - กำลังสองน้อยสุด บางส่วน (PLS)	มีความสัมพันธ์ทางอ้อมระหว่างคุณภาพบริการและความจงรักภักดีโดยผ่านความไว้วางใจ
Helgesen et al. (2010)	ความจงรักภักดีของร้านค้า	- แบบสอบถาม - ลูกค้าในปีน้ำมัน 151 คน - กำลังสองน้อยสุด บางส่วน (PLS)	ผลกระทบของภาพลักษณ์ร้านค้าต่อความจงรักภักดีมีผลกระทบกับความพึงพอใจของร้านค้า

ตารางที่ 1 (ต่อ)

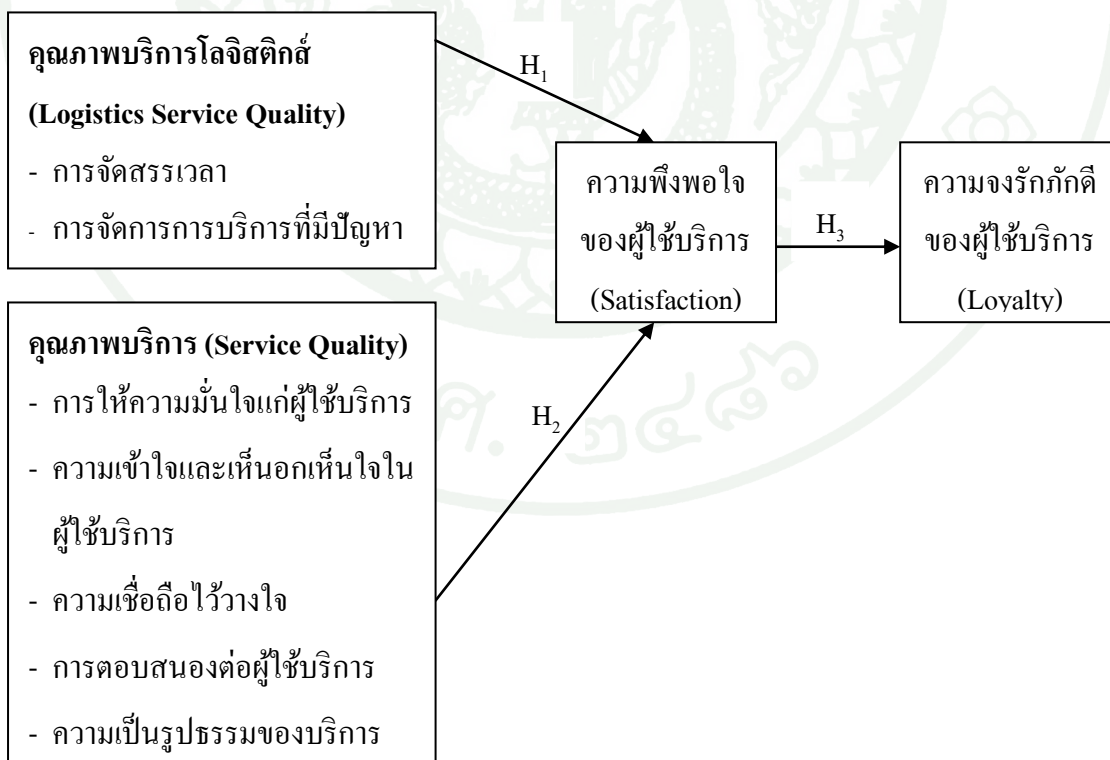
ชื่อผู้แต่ง/ปี	รายละเอียดในการศึกษา ความจงรักภักดี (LAT)	เครื่องมืองานวิจัย	ผลการวิจัย
Chang <i>et al.</i> (2010)	ความจงรักภักดีของลูกค้า	- แบบสอบถาม - ลูกค้าในร้านอาหารจีน 498 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. ความพึงพอใจลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกกับการบริการอำนวยความสะดวก 2. ความจงรักภักดีลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจลูกค้า 3. ความพึงพอใจลูกค้ามีอิทธิพลทางอ้อมกับการบริการอำนวยความสะดวกผ่านมูลค่าการรับรู้การบริการ
Liang and Wang (2005)	พฤติกรรมความจงรักภักดี	- แบบสอบถาม - ธนาคาร XYZ ในไต้หวันสอบถามพนักงาน 1,000 คน - วิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis)	ผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันจะได้รับประโยชน์มากที่สุดจากแต่ละประเภทและระดับของการลงทุนที่สามารถนำมาใช้โดยตรงกับแต่ละผลิตภัณฑ์
Zins (2001)	ความจงรักภักดีของลูกค้า	- แบบสอบถามทางอีเมล - ผู้โดยสาร 2,877 คน - โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM)	1. ความรู้สึกและความมุ่งมั่นมีผลเกี่ยวข้องกัน 2. ลักษณะของการซื้อและกระบวนการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กัน

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น สามารถนำมาสรุปและสร้างกรอบแนวคิดและกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ในการศึกษาโดยมีตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปร ดังนี้

1. คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดสรรเวลาและการจัดการการบริการที่มีปัญหา
2. คุณภาพบริการ ได้แก่ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการและความเป็นรูปธรรมของบริการ
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับ โรงพยาบาล แพทย์ พยาบาลและเจ้าหน้าที่
4. ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการกับ โรงพยาบาล

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยของคุณภาพโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการ โครงสร้าง มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 4



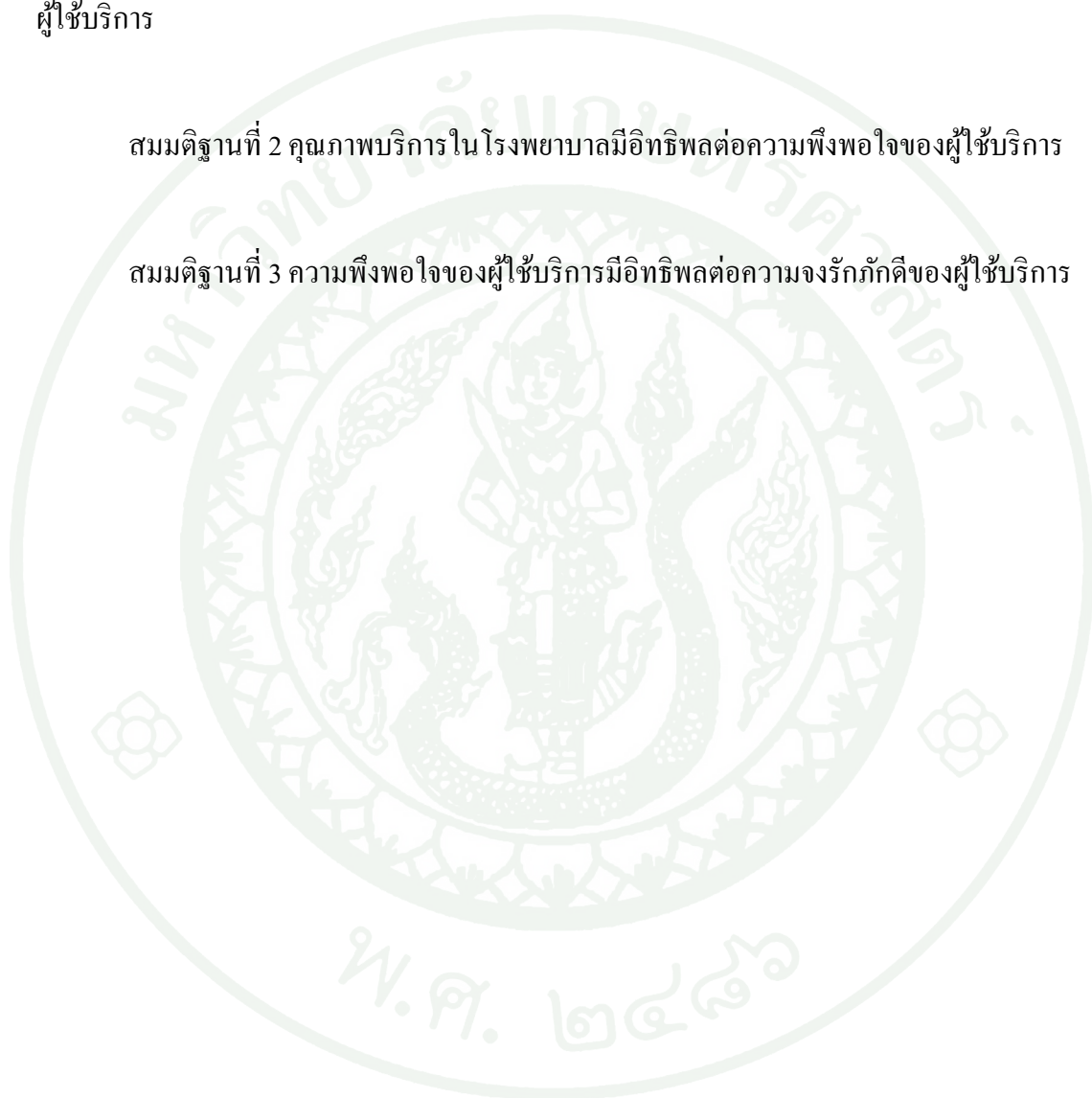
ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เกี่ยวกับปัจจัยของคุณภาพโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง โดยได้กำหนดวิธีการและเครื่องมือในการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การสร้างเครื่องมือวัด
4. การทดสอบเครื่องมือ
5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การตรวจสอบข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา
7. ขั้นตอนและวิธีการวิเคราะห์การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลรามาริบัติ โรงพยาบาลวชิรพยาบาลและโรงพยาบาลราชวิถี (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2557) โดยไม่ทราบจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอจำนวนกลุ่มตัวอย่างและแนวทางที่เหมาะสม เช่น Lim (2006) กล่าวว่า ระดับที่ยอมรับได้ของขนาดกลุ่มตัวอย่างต้องมีการตอบสนองอย่างน้อย 200 ตัวอย่างที่มีการทดสอบทางสถิติของโมเดลสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่จึงเป็นสิ่งจำเป็น และการศึกษาในครั้งนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรหรือประชากรไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) ของ Taro Yamane ที่กำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่าง 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5%

สูตรที่ใช้	$n = Z^2 pq / E^2$
โดย	$n =$ ขนาดตัวอย่าง
	$Z =$ ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น (95% เท่ากับ 1.96)
	$E =$ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น กำหนดให้เท่ากับ 0.05
	$p =$ ค่าสัดส่วนประชากร กำหนดให้เท่ากับ 0.5
	$q =$ $(1 - p)$ ดังนั้น $q = (1 - 0.5) = 0.5$
แทนค่า	$n = (1.96)^2(0.5)(0.5) / (0.05)^2$
	$= 384.16$

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 384.16 ชุด ผู้ศึกษาจึงทำการประมาณค่ากลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 385 ชุด แต่เนื่องจากประชากรมีทั้งหมด 6 กลุ่ม จึงทำการจำแนกกลุ่มละ 65 ตัวอย่าง ด้วยวิธีโควตา ซึ่งจะอธิบายต่อไปในส่วนของวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ได้เท่ากับ 390 ชุด โดยช่วงเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ช่วงเดือน กุมภาพันธ์ 2557 – มีนาคม 2557

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. วิธีโควตา (Quota Sampling) คือ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงจำนวนโรงพยาบาลทั้งหมด 6 แห่งและกำหนดให้โรงพยาบาลมีกลุ่มตัวอย่างที่เท่า ๆ กัน จึงได้ 64.16 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวเลขจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 65 ตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 390 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2. วิธีแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ทุกคนที่อยู่ในโรงพยาบาลได้ทันทีในแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่จำกัดเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง สามารถรวมกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมด 390 ชุด โดยเก็บข้อมูลตามที่แสดงไว้ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ชื่อโรงพยาบาล	จำนวนที่เก็บตัวอย่าง	ตัวอย่างที่เก็บจริง
1	โรงพยาบาลศิริราช	65 ชุด	70 ชุด
2	โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์	65 ชุด	70 ชุด
3	โรงพยาบาลรามาธิบดี	65 ชุด	70 ชุด
4	โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า	65 ชุด	70 ชุด
5	โรงพยาบาลราชวิถี	65 ชุด	70 ชุด
6	โรงพยาบาลวชิรพยาบาล	65 ชุด	70 ชุด
	รวมทั้งหมด	390 ชุด	420 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งสร้างจากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุดและรายได้ต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ โดยข้อมูลมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ที่มาใช้บริการในโรงพยาบาล จำนวน 34 ข้อ แบ่งตามตัวแปรได้ 4 ตัวแปร ดังนี้

1. คุณภาพบริการโลจิสติกส์มี 2 ปัจจัย คือ การจัดสรรเวลา 5 ข้อ และการจัดการการบริการที่มีปัญหา 3 ข้อ รวมทั้งหมด 8 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าได้กำหนดระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับที่ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับที่ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 3	หมายถึง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 4	หมายถึง	เฉย ๆ
ระดับที่ 5	หมายถึง	ค่อนข้างเห็นด้วย
ระดับที่ 6	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับที่ 7	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยความกว้างแต่ละชั้น
หาได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{7 - 1}{5} \\ &= 1.2 \end{aligned}$$

จากช่วงดังกล่าวนำมาแบ่งเป็นช่วง ช่วงละเท่ากัน เพื่อกำหนดเป็นความกว้างของระดับ
ความคิดเห็น โดยกำหนดช่วงและความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
1.00 – 2.20	ต่ำมาก
2.21 – 3.40	ต่ำ
3.41 – 4.60	ปานกลาง
4.61 – 5.80	สูง
5.81 – 7.00	สูงมาก

2. คุณภาพบริการ มี 5 ปัจจัย คือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ 3 ข้อ ความเข้าใจและ
เห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ 3 ข้อ ความเชื่อถือไว้วางใจ 3 ข้อ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ 2 ข้อ
และความเป็นรูปธรรมของบริการ 3 ข้อ รวมทั้งหมด 14 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าได้กำหนดระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับที่ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับที่ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 3	หมายถึง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 4	หมายถึง	เฉย ๆ
ระดับที่ 5	หมายถึง	ค่อนข้างเห็นด้วย
ระดับที่ 6	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับที่ 7	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยความกว้างแต่ละชั้นหาได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{7 - 1}{5} \\
 &= 1.2
 \end{aligned}$$

จากช่วงดังกล่าวนำมาแบ่งเป็นช่วง ช่วงละเท่ากัน เพื่อกำหนดเป็นความกว้างของระดับความคิดเห็น โดยกำหนดช่วงและความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับคุณภาพบริการ
1.00 – 2.20	ต่ำมาก
2.21 – 3.40	ต่ำ

3.41 – 4.60	ปานกลาง
4.61 – 5.80	สูง
5.81 – 7.00	สูงมาก

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีคำถาม 6 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าได้กำหนดระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับที่ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับที่ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 3	หมายถึง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 4	หมายถึง	เฉย ๆ
ระดับที่ 5	หมายถึง	ค่อนข้างเห็นด้วย
ระดับที่ 6	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับที่ 7	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยความกว้างแต่ละชั้นหาได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{7 - 1}{5} \\
 &= 1.2
 \end{aligned}$$

จากช่วงดังกล่าวนำมาแบ่งเป็นช่วง ช่วงละเท่ากัน เพื่อกำหนดเป็นความกว้างของระดับ
ความคิดเห็น โดยกำหนดช่วงและความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
1.00 – 2.20	ต่ำมาก
2.21 – 3.40	ต่ำ
3.41 – 4.60	ปานกลาง
4.61 – 5.80	สูง
5.81 – 7.00	สูงมาก

4. ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ มีคำถาม 6 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าได้กำหนดระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับที่ 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับที่ 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 3	หมายถึง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ระดับที่ 4	หมายถึง	เฉย ๆ
ระดับที่ 5	หมายถึง	ค่อนข้างเห็นด้วย
ระดับที่ 6	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับที่ 7	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยความกว้างแต่ละชั้น
หาได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{7 - 1}{5} \\
 &= 1.2
 \end{aligned}$$

จากช่วงดังกล่าวนำมาแบ่งเป็นช่วง ช่วงละเท่ากัน เพื่อกำหนดเป็นความกว้างของระดับความคิดเห็น โดยกำหนดช่วงและความหมาย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ
1.00 – 2.20	ต่ำมาก
2.21 – 3.40	ต่ำ
3.41 – 4.60	ปานกลาง
4.61 – 5.80	สูง
5.81 – 7.00	สูงมาก

การสร้างเครื่องมือวัด

1. ศึกษางานวิจัย หนังสือและบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตงานการศึกษาและสร้างกรอบแนวคิดของงานวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด โดยการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อแก้ไขและตรวจสอบให้เหมาะสมรวมทั้งภาษาที่ใช้ในการสื่อสารและนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างย่อย ๆ เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปแหล่งที่มาของแบบสอบถามได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปแหล่งที่มาของแบบสอบถาม

คำถาม	แหล่งที่มาของคำถาม
คุณภาพบริการโลจิสติกส์	
การจัดสรรเวลา	
1. ระยะเวลาในการตรวจเช็คร่างกายก่อนพบแพทย์ใช้เวลารวดเร็ว	Huang <i>et al.</i> ,(2009) And Saura <i>et al.</i> ,(2008)
2. ระยะเวลาในการรอแพทย์เพื่อรับการรักษายใช้เวลารวดเร็ว	Huang <i>et al.</i> ,(2009) and Saura <i>et al.</i> ,(2008)
3. ระยะเวลาในการชำระเงิน ใช้เวลารวดเร็ว	Huang <i>et al.</i> ,(2009) and Saura <i>et al.</i> ,(2008)
4. ระยะเวลาในการรอรับยา ใช้เวลารวดเร็ว	Huang <i>et al.</i> ,(2009) and Saura <i>et al.</i> ,(2008)
5. ในทุกขั้นตอนของการรับบริการที่โรงพยาบาลได้รับการบริการที่รวดเร็ว	Thai (2013) and Saura <i>et al.</i> ,(2008)
การจัดการการบริการที่มีปัญหา	
6. ท่านได้รับความสะดวกสบายในระหว่างการรอรับยา	Thai (2013)
7. การบริการของโรงพยาบาลเป็นไปตามคิวที่ท่านได้รับ	Thai (2013)
8. ท่านได้รับการแก้ไขเมื่อเกิดความผิดพลาดในการบริการ	Thai (2013)
คุณภาพบริการ	
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	
9. แพทย์/เจ้าหน้าที่ให้ความเชื่อมั่นกับผู้ใช้บริการที่โรงพยาบาล	Chang and Liu (2007) and Jamal and Anastasiadou (2009)
10. แพทย์/เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการที่โรงพยาบาล	Chang and Liu (2007) and Sudibyo (2002)
11. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถาม	Chang and Liu (2007)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คำถาม	แหล่งที่มาของคำถาม
คุณภาพบริการ	
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ	
12. แพทย์เข้าใจและวินิจฉัยอาการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	Chang and Liu (2007) and Sudibyo (2002)
13. ท่านรู้สึกได้รับการบริการจากแพทย์เป็นการส่วนตัว	Chang and Liu (2007) and Sudibyo (2002)
14. แพทย์ดูแลท่านได้เป็นอย่างดี	Chang and Liu (2007) and Sudibyo (2002)
ความเชื่อถือไว้วางใจ	
15. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือ	Chang and Liu (2007)
16. แพทย์/เจ้าหน้าที่แจ้งวัน-เวลาและใบนัดที่ระบุเวลาเข้าตรวจหรือพบแพทย์อย่างชัดเจน	Chang and Liu (2007) and Chakrabarty <i>et al.</i> , (2008)
17. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างไม่เกิดข้อผิดพลาด	Chang and Liu (2007)
การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	
18. แพทย์/เจ้าหน้าที่มีเพียงพอกับความต้องการ	Sudibyo (2002)
19. แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอกับความต้องการของท่านอย่างรวดเร็ว	Sudibyo (2002)
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	
20. โรงพยาบาลมีอุปกรณ์และเครื่องมือ ที่ทันสมัย	Sudibyo (2002)
21. โรงพยาบาลมีความสะอาดและมีการตกแต่งได้สวยงาม	Sudibyo (2002)
22. แพทย์/เจ้าหน้าที่ แต่งตัวเรียบร้อย	Sudibyo (2002)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คำถาม	แหล่งที่มาของคำถาม
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	
23. ท่านมีความพึงพอใจกับโรงพยาบาล	Sudibyo (2002) and Lim (2006)
24. ท่านมีความพึงพอใจกับแพทย์	Sudibyo (2002) and Lim (2006)
25. ท่านมีความพึงพอใจกับพยาบาล	Sudibyo (2002) and Lim (2006)
26. ท่านมีความพึงพอใจกับเจ้าหน้าที่	Sudibyo (2002) and Lim (2006)
27. ท่านคิดว่าท่านเลือกโรงพยาบาลนี้ในการรักษาเป็นการตัดสินใจที่ถูก	Olorunniwo and Hsu(2006)
28. การเข้ารับบริการ โรงพยาบาลนี้ตอบสนองความคาดหวังของท่าน	Ganguli and Roy (2011) and Davis(2006)
ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	
29. ท่านจะใช้บริการของโรงพยาบาลนี้ต่อไปเรื่อยๆ	Huang <i>et al.</i> ,(2009) and Lim (2006)
30. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่โรงพยาบาลนี้	Huang <i>et al.</i> ,(2009) and Lloyd and Luk (2011)
31. ท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลนี้เป็นโรงพยาบาลแรกในการเข้ารับการรักษา	Saura <i>et al.</i> ,(2008)
32. ท่านรู้สึกดีที่ให้บริการ โรงพยาบาลนี้และไม่อยากจะเปลี่ยนไปใช้บริการโรงพยาบาลอื่น	Lim (2006) and Chang <i>et al.</i> ,(2010)
33. ท่านจะยังคงใช้บริการ โรงพยาบาลนี้แม้ว่าจะมีค่าบริการที่สูงขึ้น	Lim (2006) and Chang <i>et al.</i> ,(2010)
34. ท่านจะพูดถึงแต่สิ่งดีของโรงพยาบาลนี้กับผู้อื่น	Lloyd and Luk (2011) and Huanget <i>al.</i> ,(2009)

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากการทบทวรรณกรรม เพื่อเป็นการทดสอบความเชื่อมั่นทำได้โดยการนำแบบสอบถามไปสุ่มทดสอบกับผู้ที่มิได้ลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยวิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปร ค่าที่ได้ควรอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 (กริช แรงสูงเนิน, 2554) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป ซึ่งผลจากการทดสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค แสดงดังตารางที่ 4 และยังทดสอบค่าความเที่ยง (Composite Reliability) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยที่ค่าความเที่ยง ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (Sharif, 2013)

ตารางที่ 4 ผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค
คุณภาพบริการ โลจิสติกส์	
การจัดสรรเวลา	0.88
การจัดการการบริการที่มีปัญหา	0.73
คุณภาพบริการ	
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	0.82
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ	0.89
ความเชื่อถือไว้วางใจ	0.89
การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	0.81
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.82
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	0.90
ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	0.93

2. ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากการทบทวรรณกรรม และค้นคว้าหาความรู้จากบทความที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในงานวิจัย จากนั้นได้นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องให้ครอบคลุมถึงเนื้อหาและความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม รวมทั้งการสื่อความหมายได้ตรงกับเนื้อหาที่ต้องการศึกษาหรือไม่ จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำก่อนไปทดสอบ

3. ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity)

เป็นการตรวจสอบข้อคำถามต่าง ๆ ว่าสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดตัวแปรเดียวกันหรือไม่ โดยสามารถตรวจสอบจากค่า Factor Loading ซึ่งต้องมีค่าเกิน 0.6 (Thai, 2013)

4. ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity)

เป็นการทดสอบความถูกต้องของตัวแปรที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีเพื่อใช้ในการวัด ความเที่ยงตรงทางโครงสร้างสามารถประเมินได้จาก ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยการประกอบ (Average Variance Extracted : AVE) ซึ่งต้องมีค่าเกิน 0.5 (Thai, 2013)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์ โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ 2557 ถึง มีนาคม 2557 ซึ่งหลังจากที่ได้ข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัส เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติ

การตรวจสอบข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

1. การตรวจสอบข้อมูล สามารถทำได้ดังนี้

1.1 การตรวจสอบความครบถ้วน (Missing Data)

คือ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่ามีการบันทึกข้อมูลครบทุกข้อคำถามหรือไม่ ตรวจสอบโดยการเช็คข้อมูลใน SPSS ว่ามีข้อคำถามใดที่ไม่ได้ตอบ โดยทั่วไปแล้วหากมีจำนวนข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ไม่มากนัก ผู้ศึกษาอาจไม่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลในชุดนั้น ๆ ก็ได้ หรืออาจใช้วิธีการแก้ไขโดยการหาค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่มีอยู่เพื่อคำนวณค่าของข้อมูลที่สูญหาย

1.2 การตรวจสอบค่าที่ผิดปกติ (Outliers)

คือ ค่าสูงมากหรือต่ำมากผิดปกติ ตรวจสอบได้จากข้อมูลดิบว่ามีค่าที่สูงหรือต่ำผิดปกติหรือไม่ หรืออาจดูได้จากกราฟฮิสโทแกรม หรือดูจากค่าคะแนนมาตรฐาน (z score) ของตัวแปรมากกว่า +3 หรือน้อยกว่า -3 หรือดูค่า P1 ของ Mahalanobis distance ใน AMOS ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 (Filzmoser, 2005) แสดงถึงข้อมูลนั้นมีค่าสูงหรือต่ำกว่าปกติ วิธีการแก้ไขสามารถตัดค่าที่ผิดปกติทิ้งได้

1.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

เป็นค่าสัดส่วนของค่าความแปรปรวนที่ไม่ใช่ส่วนของค่าความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่ม ตรวจสอบได้จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ค่าที่สูงแสดงถึงความน่าเชื่อถือที่มาก ค่าที่ได้ควรอยู่ระหว่าง 0.6 – 1.00 (กริช แรงสูงเนิน, 2554) วิธีการแก้ไขเมื่อข้อคำถามนั้นมีค่าไม่ได้อยู่ในช่วงที่กำหนด ต้องทำการเปลี่ยนข้อคำถามใหม่

1.4 การตรวจสอบความปกติของข้อมูล (Normality)

เป็นการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูล โดยข้อมูลต้องมีการแจกแจงแบบปกติ จึงสามารถใช้โปรแกรม AMOS ได้ ตรวจสอบความปกติของข้อมูลได้จากตัวเลขสถิติหรือกราฟ ในกรณีการวัดค่าสถิติดูจากค่าความเบ้ (Skewness : SK) และค่าความโด่ง (Kurtosis : KU) ค่าลบและค่าบวกจะแสดงทิศทางของข้อมูล คือ ค่า Z-Score ต้องมีค่าน้อยกว่า 3.29 แสดงถึงการกระจายของข้อมูลแบบปกติ วิธีการแก้ไขเมื่อข้อมูลไม่ได้มีการแจกแจงแบบปกติ คือ (Cox, 2007)

ในกรณีที่ค่า Skewness มีค่าเป็นบวก

1. เปลี่ยนข้อมูลจาก X เป็น \sqrt{x} ถ้าค่า Z-score มีค่ามากกว่า 3.29 ทำต่อข้อ 2
2. เปลี่ยนข้อมูลจาก X เป็น $\ln(x)$ ถ้าค่า Z-score มีค่ามากกว่า 3.29 ทำต่อข้อ 3
3. เปลี่ยนข้อมูลจาก X เป็น $\frac{1}{x}$

ในกรณีที่ค่า Skewness มีค่าเป็นลบ

4. เปลี่ยนข้อมูลเป็น reflect (8-X) และเปลี่ยนข้อมูลเป็น \sqrt{x} ถ้าค่า Z-score มีค่าน้อยกว่า 3.29 ทำการเปลี่ยนค่า reflect กลับ ถ้าค่ายังมากกว่า 3.29 ทำต่อข้อ 5
5. เปลี่ยนข้อมูลเป็น reflect (8-X) และเปลี่ยนข้อมูลเป็น $\ln(x)$ ถ้าค่า Z-score มีค่าน้อยกว่า 3.29 ทำการเปลี่ยนค่า reflect กลับ ถ้าค่ายังมากกว่า 3.29 ทำต่อข้อ 6
6. เปลี่ยนข้อมูลเป็น reflect (8-X) และเปลี่ยนข้อมูลเป็น $\frac{1}{x}$ ถ้าค่า Z-score มีค่าน้อยกว่า 3.29 ทำการเปลี่ยนค่า reflect กลับ

2. สถิติที่ใช้ในการศึกษา

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าทางสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) , ค่าร้อยละ (Percentage) , ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ได้แก่ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling)

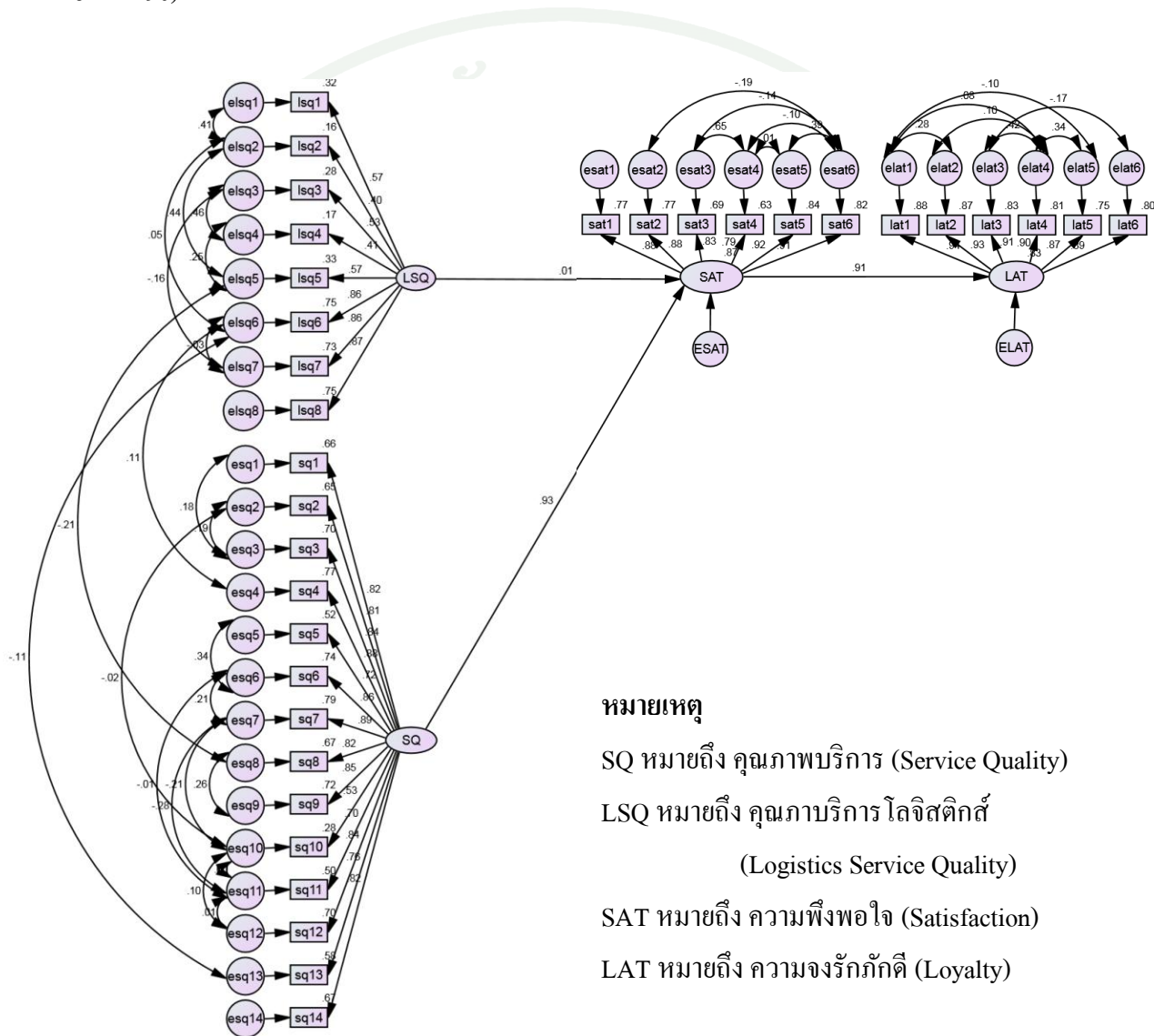
ขั้นตอนและการวิเคราะห์การวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

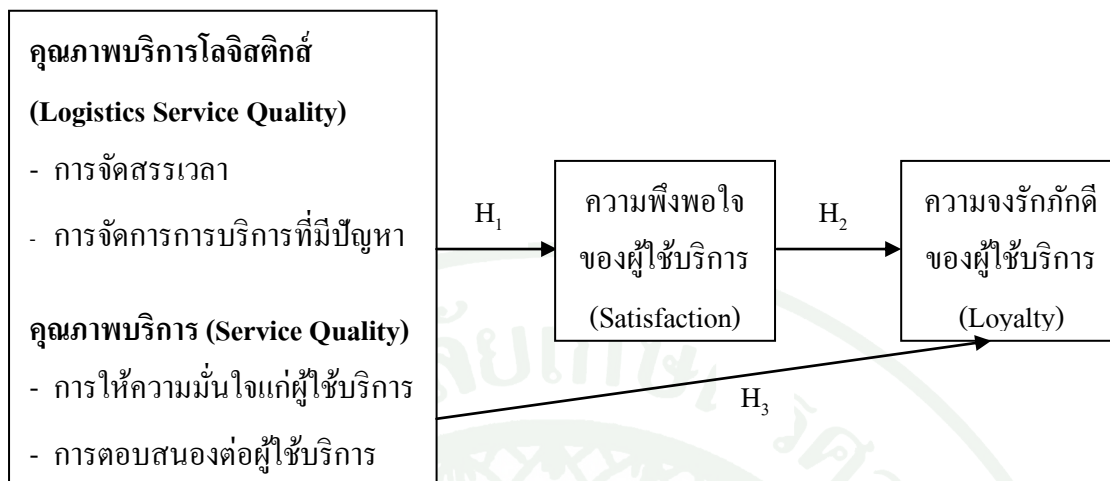
1. ทบทวนวรรณกรรมและบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย (บทที่ 2 หน้า 7 – 70)
2. พัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมและบทความที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย (บทที่ 3 หน้า 81 – 83)
3. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทดสอบความเชื่อมั่น โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด (บทที่ 3 หน้า 84)
4. เก็บแบบสอบถามจำนวน 420 ตัวอย่างแล้วทำการตรวจสอบค่าผิดปกติ (Outliers) และตรวจสอบความปกติของข้อมูล (Normality) เหลือกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 389 ตัวอย่าง (บทที่ 4 หน้า 95 – 99) และได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ (ประยุกต์ขั้นตอนการศึกษามาจาก Jamal and Anastasiadou (2009) , Thai (2013) and Ganguli and Roy (2011)

4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 189 ตัวอย่าง จาก 389 ตัวอย่าง ตรวจสอบกรอบแนวคิดหาความสัมพันธ์ว่าเป็นไปตามที่กำหนดหรือไม่ โดยใช้โมเดลการวัด แต่เนื่องจากผลที่ได้ไม่เกิดความกลมกลืนของโมเดล (Model Fit) (ภาพที่ 5 หน้า 89) จึงได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง จาก 389 ตัวอย่าง ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ เพื่อจัดตัวแปรให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน ซึ่งสามารถจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ได้ 2 กลุ่มและทำการสร้างกรอบแนวคิด (ภาพที่ 6 หน้า 90)



ภาพที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานก่อนทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ
 ($\chi^2/df= 4.560$ IFI = 0.885 TLI = 0.867 RFI = 0.836 CFI = 0.884 RMSEA = 0.096)



ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดในการวิจัยหลังทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

5. วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ด้านคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ด้านคุณภาพบริการ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและด้านความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าทางสถิติพื้นฐาน ได้แก่ (บทที่ 4 หน้า 100 – 110)

5.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายการกระจายของข้อมูลที่ศึกษา

5.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) คือ ค่าที่ใช้ที่คำนวณเพื่อเป็นตัวแทนของคำตอบในแต่ละกลุ่ม

5.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วัดการกระจายของข้อมูล

6. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ดังนี้ (บทที่ 4 หน้า 110 – 118)

6.1 วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของตัวแปรที่ใช้ศึกษา

6.2 วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยของคุณภาพ โลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการใน โรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง สามารถสรุปสถิติที่ใช้ในกาทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ทดสอบ
1. คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	โมเดลสมการโครงสร้าง
2. คุณภาพบริการในโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	โมเดลสมการโครงสร้าง
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	โมเดลสมการโครงสร้าง

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลวิทยาลัยแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลรามาริบดี โรงพยาบาลวชิรพยาบาลและโรงพยาบาลราชวิถี จำแนกเป็นโรงพยาบาลอย่างละ 70 คน รวมทั้งสิ้น 420 คน และการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 10 ส่วน และกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความครบถ้วนของข้อมูลและค่าที่ผิดปกติของตัวแปร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความเชื่อมั่นและความปกติของข้อมูลของตัวแปร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 9 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนที่ 10 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์คุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดี

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าตัวแปร

LSQ	แทน	ตัวแปรแฝงคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ (Logistics Service Quality)
SQ	แทน	ตัวแปรแฝงคุณภาพบริการ (Service Quality)
SAT	แทน	ตัวแปรแฝงความพึงพอใจ (Satisfaction)
LAT	แทน	ตัวแปรแฝงความจงรักภักดี (Loyalty)
LSQ1	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 1 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
LSQ2	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 2 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
LSQ3	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 3 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
LSQ4	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 4 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
LSQ5	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 5 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
LSQ6	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 6 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
LSQ7	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 7 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
LSQ8	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 8 ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์
SQ1	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 1 ของคุณภาพบริการ
SQ2	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 2 ของคุณภาพบริการ
SQ3	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 3 ของคุณภาพบริการ
SQ4	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 4 ของคุณภาพบริการ
SQ5	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 5 ของคุณภาพบริการ
SQ6	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 6 ของคุณภาพบริการ
SQ7	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 7 ของคุณภาพบริการ
SQ8	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 8 ของคุณภาพบริการ
SQ9	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 9 ของคุณภาพบริการ
SQ10	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 10 ของคุณภาพบริการ
SQ11	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 11 ของคุณภาพบริการ
SQ12	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 12 ของคุณภาพบริการ

SQ13	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 13 ของคุณภาพบริการ
SQ14	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 14 ของคุณภาพบริการ
SAT1	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 1 ของความพึงพอใจ
SAT2	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 2 ของความพึงพอใจ
SAT3	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 3 ของความพึงพอใจ
SAT4	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 4 ของความพึงพอใจ
SAT5	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 5 ของความพึงพอใจ
SAT6	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 6 ของความพึงพอใจ
LAT1	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 1 ของความจงรักภักดี
LAT2	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 2 ของความจงรักภักดี
LAT3	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 3 ของความจงรักภักดี
LAT4	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 4 ของความจงรักภักดี
LAT5	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 5 ของความจงรักภักดี
LAT6	แทน	ตัวแปรสังเกตที่ 6 ของความจงรักภักดี

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

n	แทน	จำนวนผู้ให้บริการกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัต
SKE	แทน	ค่าความเบ้ (Skewness)
KUR	แทน	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
χ^2	แทน	ค่าไคว-สแควร์ (Chi-Square)

GFI	แทน	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
NFI	แทน	ค่าดัชนี Normmed Fit Index
RFI	แทน	ค่าดัชนี Relative Fit Index
IFI	แทน	ค่าดัชนี Incremental Fit Index
TLI	แทน	ค่าดัชนี Tucker Lewis Index
CFI	แทน	ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit index)
RMSEA	แทน	ค่าดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation)
DE	แทน	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect)
IE	แทน	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
TE	แทน	อิทธิพลรวม (Total Effect)
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
df	แทน	องศาอิสระ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความครบถ้วนของข้อมูลและค่าที่ผิดปกติของตัวแปร

การวิเคราะห์ความครบถ้วนของข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบข้อมูลครบทุกข้อคำถาม และการวิเคราะห์ค่าที่ผิดปกติ (Outliers) ตรวจสอบได้จากข้อมูลดิบ โดยดูค่า P1 ของ Mahalanobis distance ใน AMOS ถ้าพบว่ามีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงถึงข้อมูลนั้นมีค่าสูงหรือต่ำกว่าปกติ ต้องตัดค่าที่ผิดปกติทิ้ง แสดงได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงค่าที่ผิดปกติของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้าง
สร้างของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลดิบใน SPSS	P1
271	0.000
62	0.007
173	0.010
98	0.017
289	0.019
31	0.023
368	0.027
274	0.028
265	0.033
302	0.036
12	0.041
28	0.042
117	0.043

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 10 พบว่า ค่า P1 ที่ได้จากข้อมูลดิบของ Mahalanobis distance ใน AMOS มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงถึงข้อมูลที่มีค่าสูงหรือต่ำกว่าปกติทั้งหมด 13 ค่า ดังนั้นจึงทำการตัดข้อมูลใน SPSS ทั้งจาก 402 ชุด เหลือ 389 ชุด เพื่อที่จะสามารถทำการวิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูล (Normality) ได้ต่อไป

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความเชื่อมั่นและความปกติของข้อมูลของตัวแปร

การวิเคราะห์การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมด 389 ชุด มาทดสอบความเชื่อมั่น แสดงได้ดังตารางที่ 7 และการวิเคราะห์ความปกติของข้อมูล (Normality) ผู้วิจัยได้นำคะแนนของตัวแปรจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูล โดยข้อมูลต้องมี

การแจกแจงแบบปกติ การตรวจสอบความปกติของข้อมูลสามารถดูได้จากค่าสถิติจากค่าความเบ้ (Skewness : SK) และค่าความโด่ง (Kurtosis : KU) ค่าลบและค่าบวกจะแสดงทิศทางของข้อมูล คือ ค่าน้ำหนักต้องมีค่าน้อยกว่า 3.29 แสดงถึงการกระจายของข้อมูลแบบปกติ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 7 แสดงผลของความเชื่อมั่นของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค
คุณภาพบริการ โลจิสติกส์	
การจัดสรรเวลา	0.88
การจัดการการบริการที่มีปัญหา	0.81
คุณภาพบริการ	
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	0.89
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ	0.89
ความเชื่อถือไว้วางใจ	0.92
การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	0.85
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.90
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	0.95
ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	0.97

ตารางที่ 8 แสดงค่าน้ำหนักความปกติของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ของโมเดล

สมการ โครงสร้างของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ตัวแปร	ค่า	ความคลาด	ค่า	ค่า	ความคลาด	ค่า	ผล
	ความเบ้	เคลื่อน	น้ำหนัก	ความโด่ง	เคลื่อน	น้ำหนัก	
LSQ1	-0.138	0.124	-1.108	-0.521	0.247	-2.097	ผ่านเกณฑ์
LSQ2	0.000	0.124	0.003	-0.715	0.247	-2.878	ผ่านเกณฑ์
LSQ3	-0.174	0.124	1.400	-0.699	0.247	-2.815	ผ่านเกณฑ์
LSQ4	-0.134	0.124	1.082	-0.642	0.247	-2.585	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่า ความเบ้	ค่า มาตรฐาน	ค่า น้ำหนัก	ค่า ความโค้ง	ค่า มาตรฐาน	ค่า น้ำหนัก	ผลการศึกษา
LSQ5	-0.065	0.124	-0.525	-0.570	0.247	-2.295	ผ่านเกณฑ์
LSQ6	0.128	0.124	1.029	-0.379	0.247	-1.525	ผ่านเกณฑ์
LSQ7	-0.119	0.124	-0.956	-0.743	0.247	-3.008	ผ่านเกณฑ์
LSQ8	0.169	0.124	1.364	-0.360	0.247	-1.451	ผ่านเกณฑ์
SQ1	-0.081	0.124	-0.655	-0.540	0.247	-2.174	ผ่านเกณฑ์
SQ2	-0.088	0.124	-0.712	-0.512	0.247	-2.062	ผ่านเกณฑ์
SQ3	-0.125	0.124	-1.008	-0.366	0.247	-1.471	ผ่านเกณฑ์
SQ4	0.174	0.124	1.401	-0.760	0.247	-3.077	ผ่านเกณฑ์
SQ5	-0.053	0.124	-0.424	-0.385	0.247	-1.550	ผ่านเกณฑ์
SQ6	-0.156	0.124	-1.259	-0.553	0.247	-2.225	ผ่านเกณฑ์
SQ7	0.222	0.124	1.784	-0.661	0.247	-2.660	ผ่านเกณฑ์
SQ8	-0.004	0.124	-0.034	-0.701	0.247	-2.838	ผ่านเกณฑ์
SQ9	-0.100	0.124	-0.805	-0.337	0.247	-1.356	ผ่านเกณฑ์
SQ10	0.146	0.124	1.177	-0.415	0.247	-1.670	ผ่านเกณฑ์
SQ11	0.222	0.124	1.787	-0.450	0.247	-1.811	ผ่านเกณฑ์
SQ12	0.144	0.124	1.158	-0.748	0.247	-3.028	ผ่านเกณฑ์
SQ13	-0.125	0.124	-1.005	-0.613	0.247	-2.469	ผ่านเกณฑ์
SQ14	0.058	0.124	0.468	-0.775	0.247	-3.138	ผ่านเกณฑ์
SAT1	-0.089	0.124	-0.715	-0.479	0.247	-1.926	ผ่านเกณฑ์
SAT2	0.195	0.124	1.569	-0.735	0.247	-2.976	ผ่านเกณฑ์
SAT3	-0.129	0.124	-1.037	-0.327	0.247	-1.318	ผ่านเกณฑ์
SAT4	-0.008	0.124	-0.064	-0.238	0.247	-0.958	ผ่านเกณฑ์
SAT5	0.269	0.124	2.162	-0.686	0.247	-2.76	ผ่านเกณฑ์
SAT6	-0.107	0.124	-0.859	-0.391	0.247	-1.575	ผ่านเกณฑ์
LAT1	-0.171	0.124	-1.377	-0.65	0.247	-2.617	ผ่านเกณฑ์
LAT2	-0.15	0.124	-1.204	-0.563	0.247	-2.266	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่า ความเบ้	ค่า มาตรฐาน	ค่า น้ำหนัก	ค่า ความโด่ง	ค่า มาตรฐาน	ค่า น้ำหนัก	ผลการศึกษา
LAT3	-0.089	0.124	-0.713	-0.816	0.247	-3.284	ผ่านเกณฑ์
LAT4	0.059	0.124	0.473	-0.747	0.247	-3.009	ผ่านเกณฑ์
LAT5	0.104	0.124	0.839	-0.731	0.247	-2.943	ผ่านเกณฑ์
LAT6	0.055	0.124	0.442	-0.684	0.247	-2.753	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 8 พบว่า ค่าสถิติจากค่าความเบ้ (Skewness : SK) และค่าความโด่ง (Kurtosis : KU) มีค่าน้ำหนักน้อยกว่า 3.29 แสดงถึงการกระจายของข้อมูลแบบปกติ โดยค่าสถิติตัวแปรที่ผ่านเกณฑ์ ได้แก่ คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) , คุณภาพบริการ (Service Quality) , ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความจงรักภักดี (Loyalty)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรที่ใช้ศึกษา

โดยใช้วิธี Principle Component Analysis (PCA) แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับองค์ประกอบ การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกัน โดยใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพบริการ เพื่อจับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันในปัจจัยเดียวกัน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคุณภาพบริการ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบคุณภาพบริการ

ตัวแปรสังเกตได้	ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	
		ปัจจัยร่วม 1	ปัจจัยร่วม 2
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ			
1. แพทย์/เจ้าหน้าที่ให้ความเชื่อมั่นกับผู้ใช้บริการ	SQ1	0.820	-0.174
2. แพทย์/เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	SQ2	0.816	-0.117
3. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม	SQ3	0.837	-0.171
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ			
4. แพทย์เข้าใจและวินิจฉัยของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	SQ4	0.859	-0.174
5. ท่านรู้สึกได้รับการบริการจากแพทย์เป็นการส่วนตัว	SQ5	0.766	-0.068
6. แพทย์ดูแลท่านได้เป็นอย่างดี	SQ6	0.863	-0.157
ความเชื่อถือไว้วางใจ			
7. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือ	SQ7	0.863	-0.292
8. แพทย์/เจ้าหน้าที่แจ้งวัน-เวลาชัดเจน	SQ8	0.791	-0.195
9. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างไม่เกิดข้อผิดพลาด	SQ9	0.847	-0.064
การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ			
10. แพทย์/เจ้าหน้าที่มีเพียงพอกับความต้องการ	SQ10	0.587	0.692
11. แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอ	SQ11	0.754	0.484
ความเป็นรูปธรรมของบริการ			
12. โรงพยาบาลมีอุปกรณ์และเครื่องมือ ที่ทันสมัย	SQ12	0.830	0.168
13. โรงพยาบาลมีความสะอาดและตกแต่งได้สวยงาม	SQ13	0.768	0.323
14. แพทย์/เจ้าหน้าที่ แต่งตัวเรียบร้อย	SQ14	0.801	0.026
Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) = 0.950			
Bartlett's Test of Sphericity : Approx. Chi – Square = 2497.917 , df = 91 Sig = 0.000			

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 9 พบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบคุณภาพบริการ เพื่อจับกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มเดียวกัน พบว่าค่า Kaiser – Meyer – Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) เท่ากับ 0.950 ซึ่งน้อยกว่า 0.6 และค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่ง

น้อยกว่า 0.05 จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบดังกล่าว สามารถจัดกลุ่มตัวแปรได้ 2 ปัจจัย โดยปัจจัยที่ 1 ได้แก่ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ , ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการและความเชื่อถือไว้วางใจ และปัจจัยที่ 2 ได้แก่ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการและความเป็นรูปธรรมของบริการ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ แสดงดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	150	38.6
หญิง	239	61.4
รวม	389	100
ช่วงอายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	8	2.1
18 – 25 ปี	146	37.5
26 – 30 ปี	53	13.6
31 – 35 ปี	35	9.0
36 – 40 ปี	32	8.2
41 – 45 ปี	36	9.3
45 ปีขึ้นไป	79	20.3
รวม	389	100

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	99	25.4
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	117	30.1
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	13.1
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	70	18.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	35	9.0
อื่น ๆ	17	4.4
รวม	389	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	113	29.0
ปริญญาตรี	228	58.6
สูงกว่าปริญญาตรี	48	12.4
รวม	389	100
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	157	40.4
15,000 – 25,000 บาท	128	32.9
25,001 – 35,000 บาท	46	11.8
35,001 – 45,000 บาท	23	5.9
45,000 บาทขึ้นไป	35	9.0
รวม	389	100

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 10 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 389 ตัวอย่าง สามารถอธิบายผลได้ดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 เป็นเพศชาย 150 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4

ช่วงอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมามีอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 , มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 , มีอายุระหว่าง 41 – 45 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 , มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 , มีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 และมีอายุน้อยกว่า 18 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมามีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 , มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18 , มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 , มีอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และมีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

รายได้ต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 , มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 , มีรายได้ต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 , และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์

คุณภาพบริการโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น		ระดับคุณภาพบริการโลจิสติกส์
	\bar{x}	S.D.	
การจัดสรรเวลา			
1. ระยะเวลาในการตรวจเช็คร่างกายก่อนพบแพทย์ ใช้เวลารวดเร็ว	4.31	1.53	ปานกลาง
2. ระยะเวลาในการรอแพทย์เพื่อรับการรักษา ใช้เวลารวดเร็ว	3.83	1.57	ปานกลาง
3. ระยะเวลาในการชำระเงิน ใช้เวลารวดเร็ว	4.50	1.55	ปานกลาง
4. ระยะเวลาในการรอรับยา ใช้เวลารวดเร็ว	4.18	1.54	ปานกลาง
5. ในทุกขั้นตอนของการรับบริการที่โรงพยาบาลได้รับการบริการที่รวดเร็ว	3.99	1.50	ปานกลาง
ระดับการจัดสรรเวลา	4.16	1.26	ปานกลาง
การจัดการการบริการที่มีปัญหา			
6. ท่านได้รับความสะดวกสบายในระหว่างการรอรับยา	4.66	1.35	ดี
7. การบริการของโรงพยาบาลเป็นไปตามคิวที่ท่านได้รับ	5.24	1.36	ดี
8. ท่านได้รับการแก้ไขเมื่อเกิดความผิดพลาดในการบริการ	4.22	1.47	ปานกลาง
ระดับการจัดการการบริการที่มีปัญหา	4.71	1.19	ดี
ระดับคุณภาพบริการโลจิสติกส์โดยรวม	4.37	1.14	ปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 11 ข้อมูลระดับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปรพบว่า ระดับการจัดสรรเวลา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และระดับการจัดการบริการที่มีปัญหา อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการของโรงพยาบาลเป็นไปตามคิที่ท่านได้รับ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 5.24$) รองลงมา คือ ท่านได้รับความสะดวกสบายในระหว่างการรอรับยา อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.66$) , แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอเกี่ยวกับความต้องการของท่านอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.52$) , ระยะเวลาในการชำระเงิน ใช้เวลารวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.50$) , แพทย์/เจ้าหน้าที่มีเพียงพอเกี่ยวกับความต้องการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.43$) , ระยะเวลาในการตรวจเช็คร่างกายก่อนพบแพทย์ใช้เวลารวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.31$) , ท่านได้รับการแก้ไขเมื่อเกิดความคิดพลาดในการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.22$) , ระยะเวลาในการรอรับยาใช้เวลารวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.18$) , ในทุกขั้นตอนของการรับบริการที่โรงพยาบาลได้รับการบริการที่รวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.99$) และระยะเวลาในการรอแพทย์เพื่อรับการรักษาใช้เวลารวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.83$)

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพบริการ
การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ			
1. แพทย์/เจ้าหน้าที่ให้ความเชื่อมั่นกับผู้ใช้บริการที่โรงพยาบาล	5.30	1.26	ดี
2. แพทย์/เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการที่โรงพยาบาล	5.11	1.36	ดี

ตารางที่ 12 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพบริการ
3. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถาม	5.26	1.24	ดี
ระดับการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	5.22	1.17	ดี
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ			
4. แพทย์เข้าใจและวินิจฉัยอาการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง	5.53	1.23	ดี
5. ท่านรู้สึกได้รับการบริการจากแพทย์เป็นการส่วนตัว	5.01	1.39	ดี
6. แพทย์ดูแลท่านได้เป็นอย่างดี	5.30	1.33	ดี
ระดับความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ	5.28	1.20	ดี
ความเชื่อถือว่าไว้วางใจ			
7. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือ	5.51	1.21	ดี
8. แพทย์/เจ้าหน้าที่แจ้งวัน-เวลาและใบนัดที่ระบุเวลาเข้าตรวจหรือพบแพทย์อย่างชัดเจน	5.69	1.24	ดี
9. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างไม่เกิดข้อผิดพลาด	5.33	1.22	ดี
ระดับความเชื่อถือว่าไว้วางใจ	5.51	1.13	ดี
การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ			
10. แพทย์/เจ้าหน้าที่มีเพียงพอกับความต้องการ	4.43	1.45	ปานกลาง
11. แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอด้วยความต้องการของท่านอย่างรวดเร็ว	4.52	1.41	ปานกลาง
ระดับการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	4.48	1.33	ปานกลาง

ตารางที่ 12 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพบริการ
ความเป็นรูปธรรมของบริการ			
12. โรงพยาบาลมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย	5.44	1.35	ดี
13. โรงพยาบาลมีความสะอาดและมีการตกแต่งได้สวยงาม	5.06	1.42	ดี
14. แพทย์/เจ้าหน้าที่ แต่งตัวเรียบร้อย	5.63	1.21	ดี
ระดับความเป็นรูปธรรมของบริการ	5.38	1.21	ดี
ระดับคุณภาพบริการ	5.22	1.06	ดี

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 12 ข้อมูลระดับคุณภาพบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนโดยรวม อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.22 เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปรพบว่า ระดับการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.22 , ระดับความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.28 , ระดับความเชื่อถือไว้วางใจ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.51 , ระดับการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และระดับความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.38 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แพทย์/เจ้าหน้าที่แจ้งวัน-เวลาและไบนัดที่ระบุเวลาเข้าตรวจหรือพบแพทย์อย่างชัดเจนอยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.69) รองลงมา คือ แพทย์/เจ้าหน้าที่แต่งตัวเรียบร้อยอยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.63) , แพทย์เข้าใจและวินิจฉัยอาการของผู้ให้บริการได้อย่างถูกต้องอยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.53) , แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถืออยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.51) , โรงพยาบาลมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย อยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.44) , แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างไม่เกิดข้อผิดพลาดอยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.33) , แพทย์/เจ้าหน้าที่ให้ความเชื่อมั่นกับผู้ให้บริการที่โรงพยาบาลอยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.30) , แพทย์ดูแลท่านได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.30) , เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถามอยู่ในระดับดี (\bar{x} = 5.26) , การ

บริการของโรงพยาบาลเป็นไปตามคิวที่ท่านได้รับอยู่ในระดับดี (\bar{X} = 5.24) , แพทย์/เจ้าหน้าที่ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการที่โรงพยาบาลอยู่ในระดับดี (\bar{X} = 5.11) , โรงพยาบาลมีความสะอาดและมีการตกแต่งได้สวยงาม อยู่ในระดับดี (\bar{X} = 5.06) , ท่านรู้สึกได้รับการบริการจากแพทย์เป็นการส่วนตัว อยู่ในระดับดี (\bar{X} = 5.01) , แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอด้วยความต้องการของท่านอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 4.52) และแพทย์/เจ้าหน้าที่มีเพียงพอกับความต้องการ อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 4.43)

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
1. ท่านมีความพึงพอใจกับ โรงพยาบาล	5.22	1.23	สูง
2. ท่านมีความพึงพอใจกับแพทย์	5.49	1.26	สูง
3. ท่านมีความพึงพอใจกับพยาบาล	5.05	1.36	สูง
4. ท่านมีความพึงพอใจกับเจ้าหน้าที่	4.92	1.34	สูง
5. ท่านคิดว่าท่านเลือกโรงพยาบาลนี้ในการรักษาเป็นการตัดสินใจที่ถูก	5.33	1.33	สูง
6. การเข้ารับบริการโรงพยาบาลนี้ตอบสนองความคาดหวังของท่าน	5.20	1.31	สูง
ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	5.20	1.17	สูง

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 13 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนโดยรวม อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความพึงพอใจกับแพทย์อยู่ในระดับสูง (\bar{X} = 5.49) รองลงมา คือ

ท่านคิดว่าท่านเลือกโรงพยาบาลนี้ในการรักษาเป็นการตัดสินใจที่ถูก อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 5.33$) , ท่านมีความพึงพอใจกับโรงพยาบาล อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 5.22$) , การเข้ารับบริการโรงพยาบาลนี้ตอบสนองความคาดหวังของท่าน อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 5.20$) , ท่านมีความพึงพอใจกับพยาบาลอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 5.05$) และท่านมีความพึงพอใจกับเจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.92$)

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ
1. ท่านจะใช้บริการของโรงพยาบาลนี้ต่อไปเรื่อยๆ	5.29	1.38	สูง
2. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่โรงพยาบาลนี้	5.20	1.39	สูง
3. ท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลนี้เป็นโรงพยาบาลแรกในการเข้ารับการรักษา	5.00	1.52	สูง
4. ท่านรู้สึกดีที่ใช้บริการโรงพยาบาลนี้และไม่อยากจะไปใช้บริการโรงพยาบาลอื่น	4.84	1.50	สูง
5. ท่านจะยังคงใช้บริการโรงพยาบาลนี้แม้ว่าจะมีค่าบริการที่สูงขึ้น	4.72	1.50	สูง
6. ท่านจะพูดถึงแต่สิ่งดีของโรงพยาบาลนี้กับผู้อื่น	5.01	1.41	สูง
ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	5.01	1.35	สูง

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 14 ข้อมูลระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนโดยรวม อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.01 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านจะใช้บริการของโรงพยาบาลนี้ต่อไปเรื่อยๆอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 5.29$) รองลงมา คือ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่โรงพยาบาลนี้ อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 5.20$) , ท่านจะพูดถึงแต่สิ่งดีของโรงพยาบาลนี้กับผู้อื่น อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 5.01$) , ท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลนี้เป็นโรงพยาบาลแรกในการเข้ารับการรักษา อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 5.00$) , ท่านรู้สึกดีที่ให้บริการโรงพยาบาลนี้และไม่อยากจะเปลี่ยนไปใช้บริการโรงพยาบาลอื่น อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.84$) และท่านจะยังคงใช้บริการโรงพยาบาลนี้แม้ว่าจะมีค่าบริการที่สูงขึ้นอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.72$)

ส่วนที่ 9 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของตัวแปรที่ใช้ศึกษา

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผู้ศึกษาได้นำคะแนนของตัวแปรจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (ค่าสถิติ r) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นโมเดลสมการ โครงสร้างของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดี โดยที่การทดสอบความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นการพิจารณาในแต่ละสมการ โครงสร้าง ซึ่งจะพิจารณาจากค่าสถิติ r หากพบว่า ค่าสถิติ r ของตัวแปรคู่ใดก็ตามมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุและตัวแปรตามใน โมเดลคู่่นั้นมีความสัมพันธ์กัน ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาความ

สัมพันธ์ของโมเดลสมการโครงสร้างของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ คุณภาพบริการ
ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ตัวแปร	LSQ	SQ	SAT	LAT
LSQ	1	0.675**	0.640**	0.596**
SQ		1	0.893**	0.793**
SAT			1	0.860**
LAT				1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อตัวแปรตามในโมเดล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์กับความจงรักภักดี อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.596$) , ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับความจงรักภักดี อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.793$) และความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดี อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r = 0.860$)

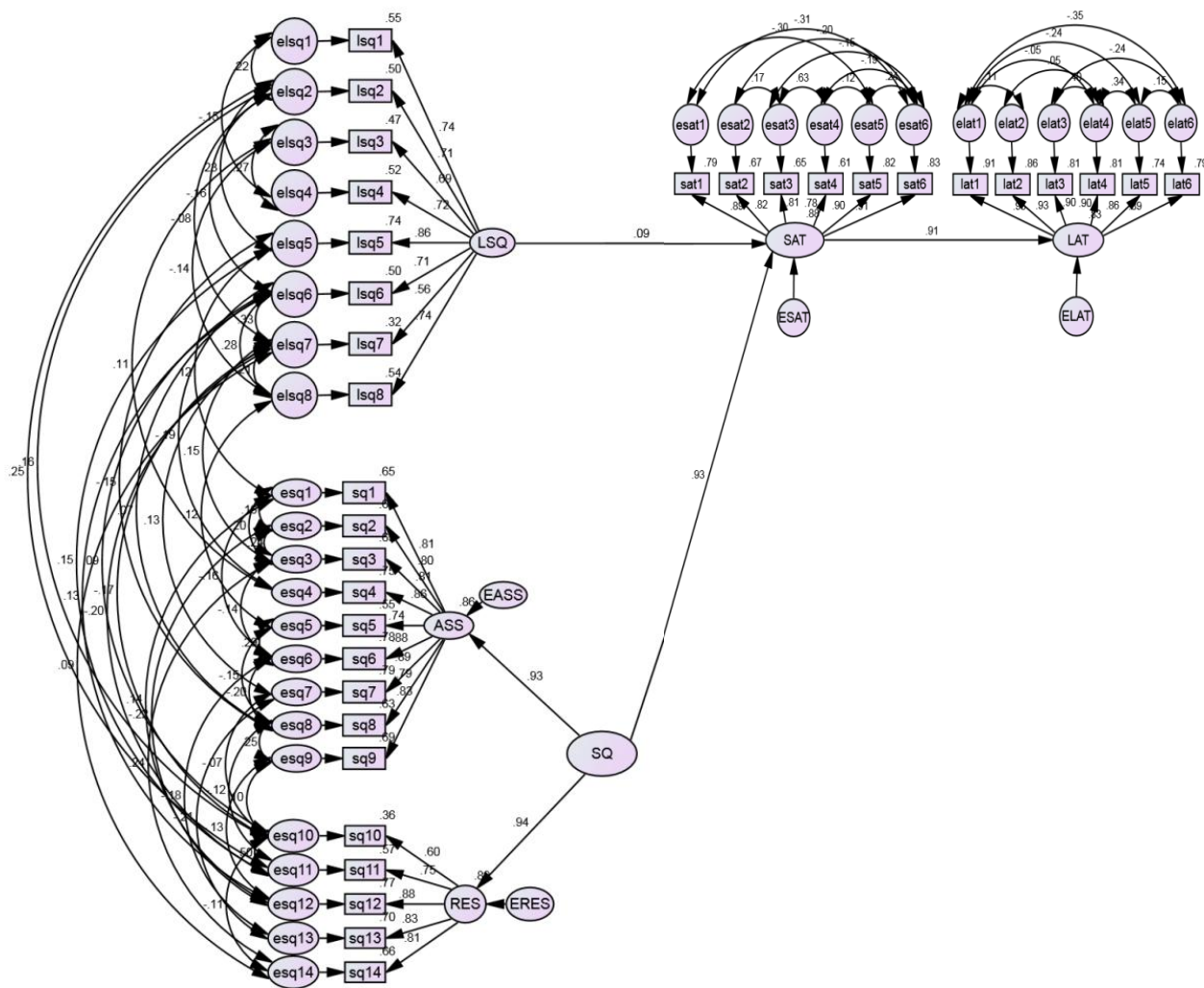
ส่วนที่ 10 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างของคุณภาพ โลจิสติกส์ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดี

การทดสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันที่กำหนดขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ค่าดัชนี Normmed Fit Index (NFI) ค่าดัชนี Incremental Fit Index (IFI) ค่าดัชนี Tucker Lewis Index (TLI) ค่าดัชนี Relative Fit Index (RFI) ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CFI) และค่าดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) ซึ่งการวิเคราะห์ค่าสถิติเหล่านี้ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการ โครงสร้างตามสมมติฐาน การวิจัย

ดัชนีที่ใช้ตรวจสอบความกลมกลืน ของโมเดล	เกณฑ์	ผลทางสถิติ	ผลการศึกษา
Chi square/Degree of Freedom (χ^2 / df)	มีค่าอยู่ระหว่าง 2 – 3	2.075	ผ่านเกณฑ์
Incremental Fit Index (IFI)	มากกว่า 0.90	0.925	ผ่านเกณฑ์
Tucker Lewis Index (TLI)	มากกว่า 0.90	0.909	ผ่านเกณฑ์
Relative Fit Index (RFI)	มากกว่า 0.80	0.838	ผ่านเกณฑ์
Comparative Fit Index (CFI)	มากกว่า 0.90	0.924	ผ่านเกณฑ์
Root Mean Square Error of Approximate (RMSEA)	มีค่าอยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08	0.076	ผ่านเกณฑ์

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 16 พบว่า ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ความกลมกลืนของโมเดลสมการ โครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยที่ปรับปรุงกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด โดยค่าสถิติที่ผ่านเกณฑ์ ได้แก่ ค่า χ^2 / df เท่ากับ 2.075 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่าอยู่ระหว่าง 2 – 3 , ค่าดัชนี Incremental Fit Index (IFI) เท่ากับ 0.925 , ค่าดัชนี Tucker Lewis Index (TLI) เท่ากับ 0.909 และค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.924 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่ามากกว่า 0.900 ขึ้นไป ค่าดัชนี Relative Fit Index (RFI) เท่ากับ 0.838 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่ามากกว่า 0.800 ขึ้นไป และค่าดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.076 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าควรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08 จึงแสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการ โครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝงใน โมเดลและความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบของโมเดลสมการ โครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยตามตารางที่ 17 และภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีโมเดลสมการโครงสร้าง

พ.ศ. ๒๕๖๖

ตารางที่ 17 แสดงความเที่ยง (Composite Reliability : CR) ของตัวแปรแฝง ความแปรปรวนเฉลี่ย
ของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average Variance Extracted : AVE)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor Loading	CR	AVE
LSQ	LSQ1	0.740	0.935	0.647
	LSQ2	0.710		
	LSQ3	0.688		
	LSQ4	0.723		
	LSQ5	0.862		
	LSQ6	0.707		
	LSQ7	0.565		
	LSQ8	0.738		
SQ	SQ1	0.806	0.979	0.772
	SQ2	0.798		
	SQ3	0.806		
	SQ4	0.865		
	SQ5	0.744		
	SQ6	0.884		
	SQ7	0.886		
	SQ8	0.791		
	SQ9	0.829		
	SQ10	0.601		
	SQ11	0.753		
	SQ12	0.878		
	SQ13	0.834		
	SQ14	0.815		

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor Loading	CR	AVE
SAT			0.967	0.832
	SAT1	0.888		
	SAT2	0.821		
	SAT3	0.809		
	SAT4	0.783		
	SAT5	0.904		
	SAT6	0.910		
LAT			0.981	0.895
	LAT1	0.953		
	LAT2	0.926		
	LAT3	0.900		
	LAT4	0.902		
	LAT5	0.858		
	LAT6	0.888		

ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 17 พบว่า ค่าองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตทั้งหมด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ระหว่าง 0.565 – 0.953 ซึ่งทำให้คำถามในแต่ละด้านมีความเหมาะสมในการวัด

ค่าความเที่ยง (Composite Reliability : CR) จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าความเที่ยงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะความจงรักภักดี (Loyalty) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.981 คุณภาพบริการ (Service Quality) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.979 ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.967 และคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.935 ซึ่งทุกตัวแปรมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา คือ 0.7

ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average Variance Extracted : AVE) จากผลการวิเคราะห์พบว่า องค์ประกอบส่วนใหญ่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบได้ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะความจงรักภักดี (Loyalty) มีค่าเท่ากับ 0.895 ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีค่าเท่ากับ 0.832 คุณภาพบริการ (Service Quality) มีค่าเท่ากับ 0.772 และคุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality) มีค่าเท่ากับ 0.647 ซึ่งทุกตัวแปรมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา คือ 0.5 หมายความว่า ข้อคำถามในงานวิจัยครั้งนี้ไม่มีปัญหาในด้านทฤษฎีการวัด

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดี สามารถแสดงอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดี โดยสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ตัวแปรสาเหตุ	ผลกระทบ	ตัวแปรผล	
		SAT	LAT
SQ	DE	0.933	-
	IE	-	0.850
	TE	0.933	0.850
LSQ	DE	0.093	-
	IE	-	0.085
	TE	0.093	0.085
SAT	DE	-	0.911
	IE	-	-
	TE	-	0.911

($\chi^2/df = 2.075$ IFI = 0.925 TLI = 0.909 RFI = 0.838 CFI = 0.924 RMSEA = 0.073)

จากผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 18 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ในโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า P-Value = 0.011 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดงว่า คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.093

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการ ในโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า P-Value = 0.000 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดงว่า คุณภาพบริการใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.933

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า P-Value = 0.000 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดงว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.911

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานของงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยของคุณภาพ โลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการใน โรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย 3 สมมติฐาน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ลำดับ	สมมติฐาน	P-Value	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	0.011**	ยอมรับสมมติฐาน
2	คุณภาพบริการในโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	0.000**	ยอมรับสมมติฐาน
3	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ	0.000**	ยอมรับสมมติฐาน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อวิจารณ์

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยของคุณภาพ โลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการใน โรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการ โครงสร้าง สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ใน โรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า โรงพยาบาลจำเป็นต้องจัดการกับระบบการบริการภายในโรงพยาบาล เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับ

โรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang *et al.*,(2009) ที่ศึกษาพบว่า คุณภาพบริการ โลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า , งานวิจัยของ Saura *et al.*,(2008) ที่ศึกษาพบว่า การจัดสรรเวลา มีนัยสำคัญเชิงบวกต่อความพึงพอใจ และงานวิจัยของ Gurbuz (2008) ที่ศึกษาพบว่า คุณภาพการรับรู้การบริการและความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อร้านค้า

2. คุณภาพบริการในโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพบริการในโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ พยาบาล แพทย์ มีผลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลจำเป็นต้องทำให้ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ที่ดีต่อโรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lim (2006) ที่ศึกษาพบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า , งานวิจัยของ Yang *et al.*,(2010) ที่ศึกษาพบว่า ความตั้งใจที่จะกลับมาพักใหม่มีผลกระทบกับคุณภาพบริการ , งานวิจัยของ Ghane *et al.*,(2011) ที่ศึกษาพบว่า คุณภาพบริการ , ความพึงพอใจและความไว้วางใจมีผลกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อความจงรักภักดีและงานวิจัยของ Gurbuz (2008) การรับรู้คุณภาพบริการที่ดี ทำให้เกิดการพัฒนาของความจงรักภักดีต่อร้านค้า

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับโรงพยาบาล ทำให้เกิดความจงรักภักดีและมีความรู้สึกไว้วางใจที่จะกลับมาใช้บริการโรงพยาบาลซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lim (2006) ที่ศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีต่อคุณเกณฑ์การลงทุนและทางอารมณ์ , งานวิจัยของ Kassim and Abdullah (2010) ที่ศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าและความไว้วางใจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความจงรักภักดี , งานวิจัยของ Kim *et al.*,(2007) ที่ศึกษาพบว่า ความพึงพอใจลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีลูกค้าและงานวิจัยของ Zafar *et al.*,(2012) ที่ศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีนัยสำคัญเชิงบวกต่อคุณภาพบริการและความจงรักภักดีต่อลูกค้า

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยของคุณภาพโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการ โครงสร้าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจของคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์
2. ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า โรงพยาบาลรามาริบัติ โรงพยาบาลวชิรพยาบาลและโรงพยาบาลราชวิถีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบโควต้า (Quota Sampling) คือ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงจำนวนโรงพยาบาลทั้งหมด 6 แห่งและกำหนดให้โรงพยาบาลมีกลุ่มตัวอย่างที่เท่า ๆ กันอย่างละ 70 ตัวอย่าง สามารถรวมกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมด 420 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบค่าที่ผิดปกติ (Outliers) และตรวจสอบความปกติของข้อมูล (Normality) ทำการตัดค่าผิดปกติออกทำให้เหลือกลุ่มตัวอย่าง 389 ตัวอย่าง จากนั้นทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิง และทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติพรรณนา วิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติอนุมานวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM) ซึ่ง

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 389 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 239 คน (ร้อยละ 61.4), มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 146 คน (ร้อยละ 37.5), มีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 117 คน (ร้อยละ 30.1), มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 228 คน (ร้อยละ 58.6), มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 157 คน (ร้อยละ 40.4)

คุณภาพบริการ โลจิสติกส์ จากการศึกษาพบว่า มีระดับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 โดยมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการรอแพทย์เพื่อรับการรักษาน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับการบริการของโรงพยาบาลเป็นไปตามคิวที่ท่านได้รับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.24

คุณภาพบริการ จากการศึกษาพบว่า มีระดับคุณภาพบริการอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.22 โดยมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับแพทย์/เจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอกับความต้องการน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับแพทย์/เจ้าหน้าที่แจ้งวัน-เวลาและใบนัดที่ระบุเวลาเข้าตรวจหรือพบแพทย์อย่างชัดเจนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.69

ด้านความพึงพอใจ จากการศึกษาพบว่า ด้านความพึงพอใจ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 โดยมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจกับเจ้าหน้าที่น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 และมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจกับแพทย์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.49

ด้านความจงรักภักดี จากการศึกษาพบว่า ด้านความจงรักภักดี มีระดับความจงรักภักดีอยู่ใน

ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.01 โดยมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการโรงพยาบาลนี้แม้ว่าจะมีค่าบริการที่สูงขึ้นน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 และมีค่าเฉลี่ยของข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการของโรงพยาบาลนี้ต่อไปเรื่อย ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.29

ผลการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. คุณภาพบริการและโลจิสติกส์ในโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.933 และ 0.093 ตามลำดับ ซึ่งคุณภาพบริการและโลจิสติกส์ยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีโดยผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอีกด้วย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.850 และ 0.085 ตามลำดับ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.911

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นและข้อเสนอ ดังนี้

1. คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพบริการโลจิสติกส์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ซึ่งข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือระยะเวลาในการรอแพทย์เพื่อรับการรักษาใช้เวลารวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับปานกลาง และข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบริการของโรงพยาบาลเป็นไปตามคิวที่ท่าน

ได้รับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.24 อยู่ในระดับดี เพื่อให้ระดับคุณภาพบริการ โลจิสติกส์เพิ่มขึ้น โรงพยาบาลควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการกับระบบการบริการภายในโรงพยาบาล โดยเน้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ให้มากที่สุด เพื่อให้โรงพยาบาลมีคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการจัดระบบลดการรอคอยในระหว่างการรับการรักษา หรือการเพิ่มความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการ เช่น มีมุมหนังสือ เป็นต้น เนื่องจากการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อีกทั้งคุณภาพบริการยังสามารถส่งผลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีโดยผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อีกด้วย

2. คุณภาพบริการ ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพบริการ โดยรวมอยู่ในระดับดีและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.22 ซึ่งข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ แพทย์/เจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอกับความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 อยู่ในระดับปานกลาง และข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แพทย์/เจ้าหน้าที่แจ้งวัน-เวลาและไบนัดที่ระบุเวลาเข้าตรวจหรือพบแพทย์อย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.69 อยู่ในระดับดี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจกับโรงพยาบาลมากพอสมควร ทั้งนี้แล้วโรงพยาบาลจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญด้านคุณภาพบริการ เพื่อเป็นการรักษาระดับคุณภาพบริการให้เพิ่มมากขึ้นอีกทางหนึ่ง โดยเน้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ให้มากที่สุด เพื่อให้โรงพยาบาลมีคุณภาพบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อีกทั้งคุณภาพบริการยังสามารถส่งผลทางอ้อมต่อความจงรักภักดีโดยผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อีกด้วย

3. ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 ซึ่งข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจกับเจ้าหน้าที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 และข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความพึงพอใจกับแพทย์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.49 เพื่อเป็นการเพิ่มระดับความพึงพอใจ ทางโรงพยาบาลควรมีการจัดอบรมบุคลากรเพื่อทำให้ทราบถึงปัญหาและวิธีการแก้ไขที่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานด้วย เมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับบุคลากรในโรงพยาบาล จึงทำ

ให้เกิดความจงรักภักดีและมีความรู้สึกไว้วางใจที่จะกลับมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นได้เช่นกัน

4. ด้านความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.01 ซึ่งข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การใช้บริการโรงพยาบาลแม้ว่าจะมีค่าบริการที่สูงขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 และข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การใช้บริการของโรงพยาบาลต่อไปเรื่อย ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.29 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับค่าบริการในโรงพยาบาล ถ้าค่าบริการที่สูงขึ้นอาจทำให้อัตราการใช้บริการลดลง ดังนั้นทางโรงพยาบาลจึงควรทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ว่าการใช้บริการโรงพยาบาลแห่งนี้คุ้มค่ากับค่าบริการที่เสียไป โดยการจัดการส่งเสริมโปรโมชั่น เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีกับโรงพยาบาลมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นที่สามารถนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการศึกษารound ต่อไปดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาโรงพยาบาล โรงเรียนแพทยศาสตร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 6 แห่ง ทั้งนี้ในแต่ละภาคอื่น ๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคใต้ เป็นต้น อาจมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น รูปแบบในการให้บริการ ลักษณะกลุ่มผู้ใช้บริการ เป็นต้น ในการศึกษารound ต่อไปสามารถนำแบบจำลองในงานศึกษานี้ไปศึกษาภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการประยุกต์หรือสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้

2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการในโรงพยาบาล จึงทำให้เห็นมุมมองเพียงด้านเดียว ในการศึกษารound ต่อไปควรศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรในโรงพยาบาล เช่น แพทย์พยาบาล และบุคลากรในโรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อสอบถามถึงความเห็นในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองและเพื่อทราบถึงปัญหาและสามารถหาทางแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กนกพร ลีลาเทพินทร์, พัชญา มาลือศรี และปรารธนา ปุณณกิติเกษม. 2554. “การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL” วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. 34(4) : 443 – 456; ตุลาคม – ธันวาคม 2554.

กริช แรงสูงเนิน. 2554. การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2556. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS. ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.

เกตนิภา สนมวัฒน์วงศ์. 2553. การพัฒนารูปแบบการจัดการการรับใหม่ผู้ป่วยอายุกรรม งานผู้ป่วยใน 2 โรงพยาบาลท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จุไรรัตน์ ชุตินันท์. 2554. การศึกษาเปรียบเทียบการวัดคุณภาพการบริการระหว่างโรงพยาบาลภาคเอกชนและโรงพยาบาลภาครัฐบาล โดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาลัยนวัตกรรม, วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2543. โมเดล LISREL เพื่อการวิจัย (Online).

<http://www.watpon.com/watpon/>,30 ธันวาคม 2556.

��ชวาล ทัดศิวัช. 2554. คุณภาพการให้บริการ : มุมมองในเชิงวิชาการ (Online).

http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=1&read=true&count=true, 29 ธันวาคม 2556.

ชวลีรัตน์ ก้อนทอง. 2553. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้อุปถัมภ์และผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. นิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชาญชัย เมธาวิรุฬห์. 2556. โมเดลสมการโครงสร้างของการจัดการสารสนเทศ การบูรณาการประสิทธิภาพโลจิสติกส์และความสามารถในการแข่งขัน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐชานันท์ ภัทรพิเศษวงศ์. 2555. โมเดลสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานระบบโลจิสติกส์และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณรงค์ฤทธิ์ กาละพุ่ม. 2553. “Healthcare Logistics.” วารสารโลจิสติกส์และเวชศาสตร์บริการโลหิต 20(3) : 165 – 168; กรกฎาคม - กันยายน 2553.

รัชกุล กัลยาธวานนท์, ชมพูนุท จุฑาวรากุล, ภัทรวรรณ สมประสงค์, ประภัสสร โกวิทย์โสภณ และวิศิษฐ์ จันทร์ศรีวัฒนะ. 2552. “การปรับปรุงการวัดประสิทธิภาพด้านคุณภาพของช่องทางโลจิสติกส์ กรณีศึกษาบริษัท เจริญศิลป์พลาสติก พรีนติ้ง จำกัด.” การประชุมสัมมนาวิชาการด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 9 : 106-116; 19 - 21 พฤศจิกายน 2552.

นฤมล ศรีบุญชู. 2555. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อการรับบริการของศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดพิจิตร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริการการศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

นිරนาม. 2556. อุตสาหกรรมโรงพยาบาล (Online). <http://www.thaiblognews.com>, 28 มกราคม 2557.

ปริดา จิตรจรรยา. 2553. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของพนักงานบริษัทเอสซีอีอีเอสออนไลน์ แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภากรณ์ น้าว่า และศิริวิมล วันทอง. 2550. ความพึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลด่านมะขามเตี้ย อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยาลัยวิทยาศาสตร์ บัณฑิต สาขาสาธารณสุขชุมชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2557. โรงพยาบาลในประเทศไทย (Online).

<http://th.wikipedia.org/wiki/โรงพยาบาลในประเทศไทย>, 22 กุมภาพันธ์ 2557.

วรกมล หุดะจุฑะ และปรารธนา ปุณณกิติเกษม. 2553. “การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจ โรงพยาบาล.” **Engineering Today**. 8(85) : มกราคม 2553.

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2542. คุณภาพบริการ **QUALITY IN SERVICE**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

สิริญา แพทย์รักษ์. 2553. การรับรู้คุณภาพบริการกับคุณค่าตราสินค้าของอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ตามผู้ให้บริการ ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี (**PERCEIVED SERVICE QUALITY AND BRAND EQUITY OF HI-SPEED BROADBAND BY SERVICE PROVIDERS IN CHONBURI PROVINCE**). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยบูรพา

สุรเมศวร์ พิริยะวัฒน์. 2553. แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างและการศึกษาพฤติกรรมการเดินทาง. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมขนส่งและการจราจร, มหาวิทยาลัยบูรพา

ศตวรรษ อันลิมภักดิ์. 2554. ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคในกิจการจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ความหมายและความสำคัญของความ
พึงพอใจในการบริการ (Online).

http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010311/unit09_1_2.html, 28 มกราคม 2557.

สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2556. การสำรวจ
โรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชน พ.ศ. 2555. กรุงเทพมหานคร.

อนุรักษ์ โชติคิลก. 2548. การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์.

Babbar, S. and X.Koufteros. 2008. “The human element in airline service quality: contact
personnel and the customer.” **International Journal of Operations & Production
Management** 28 (9) : 804 – 830.

Bienstock, C. C., M. B. Royne., D.Sherrell.and T. F. Stafford. 2008. “An expanded model of
logistics service quality: Incorporating logistics information technology.” **Int. J.
Production Economics** 113 : 205–222.

Caruana, A. 2002. “Service loyalty The effects of service quality and the mediating role of
customer satisfaction.” **European Journal of Marketing** 36 (7/8) : 811 – 828.

Chakrabarty, S., D. Whitten and K. W. Green. 2008. “Understanding service quality and
relationship quality in IS outsourcing: Client orientation & promotion, project
management effectiveness, and the task-technology-structure fit.” **Journal of Computer
Information Systems** 48 (2) : 1-15.

Chang, K. C., M. C. Chen., C. L. Hsu. and N. T.Kuo. 2010. “The effect of service convenience
on post-purchasing behaviours.” **Industrial Management & Data Systems**
110 (9) : 1420 – 1443.

- Chang, M. K. and L. Liu. 2007. **System Development Service Quality: Measurement Development and Validation**. Department of Finance and Decision Sciences, Hong Kong Baptist University.
- Chathoth, P. K., B. Mak., V. Jauhari and K. Manaktola. 2007. "Employees' Perceptions of Organizational Trust and Service Climate: a Structural Model Combining Their Effects On Employee Satisfaction." **Journal of Hospitality & Tourism Research** 31 (3) : 338 – 357.
- Collier, J. E. and C. C. Bienstock. 2006. "Measuring Service Quality in E-Retailing." **Journal of Service Research** 8 : 260 - 275.
- Cox. 2007. **Transformations: an introduction** (Online).
<http://fmwww.bc.edu/repec/bocode/t/transint.html>, 28 January 2014.
- Davis, E. R. 2006. **The role of logistics service quality in creating customer loyalty**. Doctor of Philosophy Degree, The University of Tennessee, Knoxville.
- Diaz, A. B. C. and F. J. M. Ruiz. 2002. "The consumer's reaction to delays in service." **International Journal of Service Industry Management** 13 (2) : 118 – 140.
- Filzmoser, P. 2005. "Identification of Multivariate Outliers: A Performance Study." **Austrian Journal of Statistics** 34 (2) : 127 - 138.
- Fullerton, G. 2005. "The service quality–loyalty relationship in retail services: does commitment matter?." **Journal of Retailing and Consumer Services** 12 : 99 – 111.
- Ganguli, S. and S. K. Roy. 2011. "Generic technology-based service quality dimensions in banking Impact on customer satisfaction and loyalty." **International Journal of Bank Marketing** 29 (2) : 168-189.

- Garretson, J. A. and K. E. Clow. 1999. "The influence of coupon face value on service quality expectations, risk perceptions and purchase intentions in the dental industry." **The Journal of Service Marketing** 13 (1) : 59-72.
- Ghane, S., M. Fathian. and M. R. Gholamian. 2011. "Full relationship among e-satisfaction, e-trust, e-service quality, and e-loyalty: The case of Iran e-banking." **Journal of Theoretical and Applied Information Technology** 33 (1) : 1 – 6.
- Gurbuz, E. 2008. "Retail store branding in Turkey: its effect on perceived quality, satisfaction and loyalty." **EuroMed Journal of Business** 3 (3) : 286-304.
- Hawari, M. A. and T. Ward. 2006. "The effect of automated service quality on Australian banks' financial performance and the mediating role of customer satisfaction." **Marketing Intelligence & Planning** 24 (2) : 127-147.
- He, Y., W. Li. and K. K. Lai. 2011. "Service climate, employee commitment and customer satisfaction Evidence from the hospitality industry in China." **International Journal of Contemporary Hospitality Management** 23 (5) : 592 – 607.
- Helgesen, Y., J. I. Havold. and E. Nettet. 2010. "Impacts of store and chain images on the "quality-satisfaction-loyalty process" in petrol retailing." **Journal of Retailing and Consumer Services** 17 : 109-118.
- Huang, Y. K. and C. M. Feng. 2009. "Exploring the Determinants of Logistics Service Quality on Home Delivery Service for Online Auction." **International Journal of Electronic Customer Relationship Management** 3 (3) : 281-300.
- Huang, Y. K., Y. W. Kuo. and S. W. Xu. 2009. "Applying Importance-Performance Analysis to Evaluate Logistics Service Quality for Online Shopping Among Retailing Delivery." **International Journal of Electronic Business Management** 7 (2) : 128 – 136.

- Jamal, A. and K. Anastasiadou. 2009. "Investigating the effects of service quality dimensions and expertise on loyalty." **European Journal of Marketing** 43 (3/4) : 398 - 420.
- Kassim, N. and N. A. Abdullah. 2010. "The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings A cross cultural analysis." **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics** 22 (3) : 351-371.
- Keillor, B. D., D. Lewison., G. T. M. Hult. and W. Hauser. 2007. "The service encounter in a multi-national context." **Journal of Services Marketing** 21 (6) : 451-461.
- Kersten, W. and J. Koch. 2010. "The effect of quality management on the service quality and business success of logistics service providers." **International Journal of Quality & Reliability Management** 27 (2) : 185 – 200.
- Kim, K. Jae., I. J. Jeong., J. C. Park., Y. J. Park , C. G. Kim. and T. H. Kim. 2007. "The impact of network service performance on customer satisfaction and loyalty: High-speed internet service case in Korea." **Expert Systems with Applications** 32 : 822-831.
- Kim, M. K., M. C. Park and D. H. Jeong. 2004. "The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services." **Telecommunications Policy** 28 : 145-159.
- Lam, S. Y., V. H. Lee. and K. B. Ooi. 2012. "A structural equation model of TQM, market orientation and service quality Evidence from a developing nation." **Managing Service Quality** 22 (3) : 281 – 309.
- Liang, C. J. and W. H. Wang. 2005. "Integrative research into the financial services industry in Taiwan: Relationship bonding tactics, relationship quality and behavioural loyalty." **Journal of Financial Services Marketing** 10 (1) : 65 – 83.

- Lim, S. J. 2006. **The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction, Attitudinal Loyalty and Behavioral Future Intentions for Participation of Fitness Centers in South Korea : A Structural Equation Modeling Approach.** Doctor of Sport Management, The United States Sports Academy.
- Lin, J. S. C. and C. Y. Lin. 2011. "What makes service employees and customers smile Antecedents and consequences of the employees' affective delivery in the service Encounter." **Journal of Service Management** 22 (2) : 183 – 201.
- Lloyd, A. E. and S. T.K. Luk. 2011. "Interaction behaviors leading to comfort in the service encounter." **Journal of Services Marketing** 25 (3) : 176–189.
- Molinari, L. K., R. Abratt and P. Dion. 2008. "Satisfaction, quality and value and effects on repurchase and positive word-of-mouth behavioral intentions in a B2B services context." **Journal of Services Marketing** 22 (5) : 363–373.
- Olorunniwo, F. and M. K. Hsu. 2006. "A typology analysis of service quality, customer satisfaction and behavioral intentions in mass services." **Managing Service Quality** 16 (2) : 106-123.
- Ou, W. M., C. M. Shih., C. Y. Chen. and K. C. Wang. 2011. "Relationships among customer loyalty programs, service quality, relationship quality and loyalty An empirical study." **Chinese Management Studies** 5 (2) : 194-206.
- Peterson, Mark., G. Gregory and J. M. Munch. 2005. "Comparing US and European perspectives on B2B repair service quality for mission-critical equipment." **International Marketing Review** 22 (3) : 353 – 368.

- Roostika, R. 2011. "The Effect of Perceived Service Quality and Trust on Loyalty: Customer's Perspectives on Mobile Internet Adoption." **International Journal of Innovation, Management and Technology** 2 (4) : 286 – 291.
- Saura, I. G., D. S. Frances., G. B.Contri. and M. F.Blasco. 2008. "Logistics service quality: a new way to loyalty." **Industrial Management & Data Systems** 108 (5) : 650 – 668.
- Saura, I. G., M. E. R. Molina.and D. S. Francs. 2008. "Logistic service quality and technology: a comparison between supplier–retailer and retailer–consumer relationships." **The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research** 18 (5) : 495–510.
- _____, and M. E. R. Molina. 2011. "Logistics service quality and buyer–customer relationships: the moderating role of technology in B2B and B2C contexts." **The Service Industries Journal** 31 (7) : 1109–1123.
- Sharif S.P. 2013. **Comstruct Validity** (Online). <http://saeedsharif.com/tag/reliability/>, 20 December 2013.
- Sivadas, E.and J. L. B. Prewitt. 2000. "An examination of the relationship between service quality, customer satisfaction, and store loyalty." **International Journal of Retail & Distribution Management** 28 (2) : 73–82.
- Stank, T. P., T. J. Goldsby.and S. K. Vickery. 1999. "Effect of service supplier performance on satisfaction and loyalty of store managers in the fast food industry." **Journal of Operations Management** 17 : 429–447.
- Su, A. F. G. and M. Sampaio. 2012. "The impact of logistics service performance on customer satisfaction and loyalty in Brazilian chemical industry." **International Conference on Industrial Engineering and Operations Management**.

- Sudiby, Y. A. 2002. **The Relationship of Business Process Capabilities and Internal Service Quality to Healthcare Service Quality, Patient Satisfaction and Behavioral Intentions, and Its Relationship to Business Performance.** Doctor of Business Administration, Nova Southeastern University
- Thai, V. V. 2013. “Logistics service quality: conceptual model and empirical evidence.” **International Journal of Logistics: Research and Applications** 16 (2) : 114–131.
- Udo, G. J., K. K. Bagchi, and P. J. Kirs. 2010. “An assessment of customers’ e-service quality perception, satisfaction and intention.” **International Journal of Information Management** 30 : 481–492.
- Vannirajan, T. and S. Manimaran. 2009. “Management Information Systems for Service Quality in Commercial Banks: An Empirical Study.” **Asia-Pacific Business Review** 5 (2) : 61-74.
- Wang, Y., H. P. Lo, and Y. V. Hui. 2003. “The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: evidence from the banking industry in China.” **Managing Service Quality** 13 (1) : 72 – 83.
- Wu, K. W. 2011. “Customer Loyalty Explained by Electronic Recovery Service Quality: Implications of the Customer Relationship Re-Establishment for Consumer Electronics E-Tailers.” **Contemporary Management Research** 7 (1) : 21 – 44.
- Yang, W. C., C. C. Wang., Huang, H. C. and C. M. Chang. 2011. “A Service Quality Contingency Model Approach to the Willingness of Revisit a Leisure Farm.” **The Journal of International Management Studies** 5 (2) : 142 – 150.

Yee, R. W.Y., A. C.L. Yeung, and T.C. E. Cheng. 2008. "The impact of employee satisfaction on quality and profitability in high-contact service industries." **Journal of Operations Management** 26 : 651–668.

Zafar, M., S.Zafar., A.Asif., A. I.Hunjra. and H. M. Ahmad. 2012. "Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis of Banking Sector in Pakistan." **Information Management and Business Review** 4 (3) : 159-167.

Zins, A. H. 2001. "Relative attitudes and commitment in customer loyalty models Some experiences in the commercial airline industry." **International Journal of Service Industry Management** 12 (3) : 269 – 294.



ภาคผนวก



แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง ผลกระทบของคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ
ในโรงพยาบาลโรงเรียนแพทยศาสตร์

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาวิทยานิพนธ์ของ
นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงขอความร่วมมือ
จากท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อด้วยข้อมูลที่เป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งข้อมูลทั้งหมดที่ท่านตอบเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับ
งานวิจัยในครั้งนี้และขอให้ท่านมั่นใจว่าความคิดเห็นของท่านเป็นความลับและไม่มีผลกระทบกับ
ตัวท่านแต่อย่างใด ทั้งนี้แบบสอบถามชุดนี้ใช้ระยะเวลาในการทำประมาณ 5 นาทีขอขอบคุณท่าน
ในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพบริการ โลจิสติกส์ คุณภาพบริการ ความพึง
พอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการในโรงพยาบาล

นางสาววิภาวัลย์ แซ่โจ้ว

นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 18 ปี

18 – 25 ปี

26 – 30 ปี

31 – 35 ปี

36 – 40 ปี

41 – 45 ปี

45 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

พนักงาน / ลูกจ้าง บริษัทเอกชน

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

พ่อบ้าน/ แม่บ้าน

อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้

ต่ำกว่า 15,000 บาท

15,000 – 25,000 บาท

25,001 – 35,000 บาท

35,001 – 45,000 บาท

45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพบริการโลจิสติกส์ คุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของผู้ที่ใช้บริการในโรงพยาบาล

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับความคิดเห็นของท่านต่อโรงพยาบาลที่ใช้บริการ

คำถาม	ระดับความคิดเห็น						
	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง -> 7= เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
คุณภาพบริการโลจิสติกส์ (Logistics Service Quality)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
การจัดสรรเวลา (Timeliness)							
1. ระยะเวลาในการตรวจเช็คร่างกายก่อนพบแพทย์ใช้เวลารวดเร็ว							
2. ระยะเวลาในการรอแพทย์เพื่อรับการรักษาค่าใช้เวลารวดเร็ว							
3. ระยะเวลาในการชำระเงิน ใช้เวลารวดเร็ว							
4. ระยะเวลาในการรอรับยา ใช้เวลารวดเร็ว							
5. ใน ทุกชั้น ตอน ของการรับบริการที่โรงพยาบาลได้รับการบริการที่รวดเร็ว							
การจัดการการบริการที่มีปัญหา (Order Discrepancy Handling)							
6. ท่านได้รับความสะดวกสบายในระหว่าง การรอรับยา							
7. การบริการของโรงพยาบาลเป็นไปตามคิวกี่ที่ท่านได้รับ							
8. ท่านได้รับการแก้ไขเมื่อเกิดความผิดพลาดในการบริการ							

คำถาม	ระดับความคิดเห็น						
	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง -> 7= เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
คุณภาพบริการ (Service Quality)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)							
9. แพทย์/เจ้าหน้าที่ให้ความเชื่อมั่นกับผู้รับบริการที่โรงพยาบาล							
10. แพทย์/เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการที่โรงพยาบาล							
11. เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการตอบคำถาม							
ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy)							
12. แพทย์เข้าใจและวินิจฉัยอาการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง							
13. ท่านรู้สึกได้รับการบริการจากแพทย์เป็นการส่วนตัว							
14. แพทย์ดูแลท่านได้เป็นอย่างดี							
ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)							
15. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือ							
16. แพทย์/เจ้าหน้าที่แจ้งวัน-เวลาและใบนัดที่ระบุเวลาเข้าตรวจหรือพบแพทย์อย่างชัดเจน							
17. แพทย์/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างไม่เกิดข้อผิดพลาด							

คำถาม	ระดับความคิดเห็น						
	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง -> 7= เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
คุณภาพบริการ (Service Quality)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)							
18. แพทย์/เจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอกับความต้องการ							
19. แพทย์/เจ้าหน้าที่ตอบสนองต่อคำร้องขอ กับความต้องการของท่านอย่างรวดเร็ว							
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)							
20. โรงพยาบาลมีอุปกรณ์และเครื่องมือ ที่ทันสมัย							
21. โรงพยาบาลมีความสะอาดและมีการ ตกแต่งที่สวยงาม							
22. แพทย์/เจ้าหน้าที่แต่งตัวเรียบร้อย							
ความพึงพอใจของผู้รับบริการ(Satisfaction)							
23. ท่านมีความพึงพอใจกับโรงพยาบาล							
24. ท่านมีความพึงพอใจกับแพทย์							
25. ท่านมีความพึงพอใจกับพยาบาล							
26. ท่านมีความพึงพอใจกับเจ้าหน้าที่							
27. ท่านเลือกโรงพยาบาลนี้ในการรักษาเป็น การตัดสินใจที่ถูก							
28. การเข้ารับบริการ โรงพยาบาลนี้ตอบสนอง ความคาดหวังของท่าน							

คำถาม	ระดับความคิดเห็น						
	1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง -> 7= เห็นด้วยอย่างยิ่ง						
ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ(Loyalty)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
29. ท่านจะใช้บริการของโรงพยาบาลนี้ต่อไปเรื่อยๆ							
30. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่โรงพยาบาลนี้							
31. ท่านจะนึกถึงโรงพยาบาลนี้เป็นโรงพยาบาลแรกในการเข้ารับการรักษา							
32. ท่านรู้สึกดีที่ใช้บริการโรงพยาบาลนี้และไม่อยากจะไปใช้บริการโรงพยาบาลอื่น							
33. ท่านจะยังคงใช้บริการโรงพยาบาลนี้แม้ว่าจะมีค่าบริการที่สูงขึ้น							
34. ท่านจะพูดถึงแต่สิ่งดีของโรงพยาบาลนี้กับผู้อื่น							

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาววิภาวัลย์ แซ่โจ้ว
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 11 เดือนมีนาคม พ.ศ.2533
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต (คณิตศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน)

