

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขยายตัวของสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้สภาพความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น ประชาชนต้องการการบริการที่สะดวกสบายรวดเร็วที่มากกว่าบริการพื้นฐาน หรือมีความต้องการที่แตกต่างไปจากการบริการพื้นฐานที่ได้รับจากภาครัฐ ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคทำให้เกิดการแข่งขันของวงการธุรกิจในการหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ไม่เว้นแม้แต่โรงพยาบาล ซึ่งเป็นองค์กรที่ให้บริการด้านสุขภาพ ต้องปรับเปลี่ยนบทบาทเพื่อความอยู่รอด และให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่กำลังเผชิญกับสภาวะการแข่งขันในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น เพื่อให้ทันกับความก้าวหน้าและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสมิต รัชฎกร (2543, หน้า 11) กล่าวถึง การให้บริการทุกด้านอย่างสมบูรณ์แก่ลูกค้าเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนในองค์กรตามบทบาทของภารกิจหลักในแต่ละตำแหน่ง ต้องเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในการบริการที่องค์กรมีอยู่ มีความเชื่อมั่นในการบริการขององค์กรเท่ากับความเชื่อมั่นของตน องค์กรจะเจริญเติบโตถ้าสามารถตอบสนองความต้องการของบุคลากรได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของบุคลากรได้จึงเป็นการลดความตึงเครียดหรือทำให้ความเครียดหายไปจนเกิดความพึงพอใจ อันส่งผลต่อการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ เกิดจากปัจจัยจูงใจที่กระตุ้นให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ปัจจัยจูงใจนั้นคือการได้รับการยอมรับนับถือ โดยเฉพาะงานด้านบริการ ลูกค้าคือคนสำคัญอย่างยิ่งที่ส่งผลต่อการอยู่รอดขององค์กร ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยได้รับคำชื่นชมของลูกค้าเปรียบเสมือนสิ่งกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจให้บุคลากรเกิดความกระตือรือร้นใน

การให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของสุกร เสรีรัตน์ (2545, หน้า 16) ซึ่งสรุปว่า การมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นความคิดพื้นฐานของแนวคิดการตลาดที่ต้องผลิตสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ นั่นคือ องค์กรธุรกิจต้องพิจารณาว่าลูกค้าขององค์กรเป็นใคร และมีความต้องการอะไร เพื่อคิดหากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า คำชมที่องค์กร ได้รับจากลูกค้าจึงเป็นข้อมูลย้อนกลับที่กระตุ้นและจูงใจให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ได้อย่าง บรรลุเป้าหมาย

การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นหนทางความสำเร็จขององค์กร ในการเพิ่มผลผลิตด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้นองค์กรจึงต้องค้นหาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ที่มักเรียกว่าการรับฟังเสียงสะท้อนของลูกค้า ทั้งนี้เพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อองค์กร และการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับ คำตอบแทน และการลงทุน ดังที่ พสุ เฉชะรินทร์ (2546) ได้กล่าวถึง การศึกษาของ มหาวิทยาลัยมิชิแกน, The American Society for Quality (ASQ), และ CFI Group (บริษัทที่ปรึกษาทางด้านการจัดการระดับนานาชาติ) ซึ่งได้ร่วมกันพัฒนาดัชนีวัดความพึงพอใจของลูกค้าในประเทศอเมริกาขึ้นมาตั้งแต่ปี 1994 โดยเรียกว่า The American Customer Satisfaction Index (ACSI) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการติดตามและตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าเทียบกันในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า และนำไปสู่กำไรและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยที่ผลการสำรวจจะได้คำตอบเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นและลดลง ที่เชื่อมโยงความพึงพอใจของลูกค้า กับความคาดหวังคุณภาพ และคุณค่าของลูกค้า และในขณะเดียวกันความพึงพอใจของลูกค้าจะเชื่อมโยงไปสู่ความภักดีของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อกำไรขององค์กร จากผลการวิจัยมหาวิทยาลัยมิชิแกนแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนจาก ACSI กับรายได้ของแต่ละองค์กร โดยที่คะแนน ACSI ที่ได้ในแต่ละงวดจะนำไปสู่การพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของรายได้ขององค์กรนั้น ๆ ในงวดต่อไป

ปัจจุบันปัญหาเกี่ยวกับระบบบริการสุขภาพ เช่น การเก็บค่าใช้จ่ายแพง ปัญหาการรอคิว บรรยากาศของสถานที่ให้บริการ ความสะอาดของสถานพยาบาล

ความปลอดภัยของสถานที่จอดรถ การสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ การปฏิบัติต่อผู้รับบริการ โดยขาดความคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การเลือกปฏิบัติไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ และไม่มีความปลอดภัยในการรับบริการนั้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับคุณภาพ คือคุณภาพการบริการ (services quality) เป็นความสอดคล้องระหว่างบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังและรับรู้ต่อบริการที่ได้รับจริงหรือระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากที่ได้รับบริการแล้ว เช่น ระบบบริการ ความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ เป็นต้น ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพการบริการจากการรับรู้ของตน จะเห็นได้ว่าคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการว่าบริการนั้นก่อให้เกิดความปลอดภัยเชื่อถือได้ และเป็นการสร้างความมั่นใจ เลื่อมใสศรัทธาให้แก่สังคมอีกด้วย

คุณภาพของระบบบริการและการดูแลรักษาพยาบาลเป็นหัวใจสำคัญของระบบบริการสาธารณสุขของประเทศ การพัฒนาคุณภาพจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่พึงปรารถนา เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริการ ทำให้เป็นไปตามมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และมีโอกาสเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งการรับรอง (accreditation) เป็นกระบวนการที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกนำมาใช้เป็นกลไกในการกระตุ้นให้เกิดการประกันคุณภาพ และพัฒนาคุณภาพในสถานพยาบาลอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะ โรงพยาบาล ซึ่งองค์การอนามัยโลกใช้เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการดูแลรักษา (จิรัฐณ์ ศรีรัตนบัลล์, 2542, หน้า 5) เหตุผลเบื้องต้นทำให้เกิดกระบวนการรับรองคุณภาพ คือ ประชาชนมีความต้องการบริการที่มีคุณภาพมากขึ้น สิทธิที่ผู้บริโภคพึงได้รับ ทั้งเรื่องจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพ ความต้องการความคาดหวัง บริการที่มีระดับคุณภาพสูงขึ้นเรื่อย ๆ

จากแนวคิดดังกล่าว โรงพยาบาลเวชธานี เป็นโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำหนึ่งขนาดใหญ่ เป็นโรงพยาบาลเอกชนขนาด 400 เตียง ตั้งอยู่บนถนนลาดพร้าว 111 แขวง คลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240 ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ โรงพยาบาล เพื่อเสนอบริการทางการแพทย์ที่ดีที่สุด ครอบคลุมวงจรภายใต้การดูแลของแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา มีพยาบาล และพนักงานที่มีความชำนาญได้รับการฝึกฝน พัฒนาทักษะด้านการพยาบาลอย่างสม่ำเสมอ และระบบการให้บริการรักษาพยาบาลระดับมาตรฐานสากล บริการสุขภาพระดับ world class

ด้วยมาตรฐาน JCI จากสหรัฐอเมริกาโดยแบ่งการให้บริการออกเป็น 3 ประเภท คือ การบริการผู้ป่วยใน (IPD) การบริการผู้ป่วยนอก (OPD) และศูนย์บริการเฉพาะทาง (excellent center)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการ ศูนย์บริการเฉพาะทางของโรงพยาบาลเวชธานี เพราะโรงพยาบาลเวชธานีได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการด้านศูนย์บริการเฉพาะทางที่มีปริมาณความต้องการใช้ บริการที่เพิ่มขึ้นมากกว่าบริการอื่น ๆ และให้บริการอย่างครบวงจรโดยที่ผู้ใช้บริการไม่ต้องเสียเวลาไปใช้บริการที่อื่น อีกทั้งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร และเพิ่มคุณภาพ ในการให้บริการอีกด้วย ทั้งนี้ในการที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า การเพิ่ม รายได้/ลดรายจ่าย การพัฒนาบุคลากร และคุณภาพการบริการ (service quality) ให้มี คุณภาพที่ดีนั้น บุคลากรในองค์กรถือว่ามีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้อัตราประสิทธิผลของ องค์กรไปถึงจุดหมายได้ ซึ่งปัจจุบันผู้วิจัยมีหน้าที่ในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้า มาทำงานในโรงพยาบาลเวชธานี การที่จะรับคนเข้ามาทำงานในองค์กรนั้น สิ่งที่ต้องคัด กราดหวังในบุคลากรจะต้องเป็นผู้ที่มีจิตสำนึกที่ดีต่องานบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ของ โรงพยาบาล ที่กล่าวไว้ว่า “เป็นผู้ให้บริการด้านสุขภาพ ภาคเอกชนชั้นนำที่ ส่งมอบ คุณภาพชั้นสูง ตอบสนองอย่างมีนวัตกรรมต่อการเปลี่ยนแปลงในความต้องการ ด้านสุขภาพของสังคม” ซึ่งผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากใน การปรับปรุงในการทำงานของผู้วิจัย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสรรหาและคัดเลือก บุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในองค์กร การพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การทำงานได้ตรงตามความต้องการที่ลูกค้าคาดหวังต่อการบริการของศูนย์บริการเฉพาะ ทางของโรงพยาบาลเวชธานี สามารถให้บริการกับผู้ป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก ยิ่งขึ้นทั้งยังเป็นดัชนีวัดผลสัมฤทธิ์การให้บริการ โรงพยาบาลเวชธานี

## วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการศูนย์บริการเฉพาะทางของโรงพยาบาลเวชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการด้านศูนย์บริการเฉพาะทาง โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล
3. ศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการด้านศูนย์บริการเฉพาะทางของโรงพยาบาลเวชธานี

## สมมติฐานการวิจัย

ลูกค้าที่มีสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการศูนย์บริการเฉพาะทางโรงพยาบาลเวชธานีแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2541, หน้า 45-47) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าต่อการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ รวมทั้งผลการวิจัยของอุทัยพรรณ สุดใจ (2544) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี และพบว่าสถานภาพส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังกล่าว

## ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากร คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการด้านศูนย์บริการเฉพาะทางโรงพยาบาล เวชธานี ประจำปี 2553 ในเดือนมกราคม-มิถุนายน โดยกำหนดจำนวนประชากรจาก จำนวนลูกค้ำที่มาใช้บริการในปีพ.ศ. 2552 ซึ่งมีจำนวน 24,597 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการ คำนวณของ Yamane (1967, p. 886) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความ คลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบ โควตา (quota sampling) อย่างมีสัดส่วนตามศูนย์บริการเฉพาะทางและเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจงเฉพาะลูกค้ำที่ใช้บริการและยินดีให้ความร่วมมือ

### 3. ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ สถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและศูนย์บริการเฉพาะทาง

3.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มารับ บริการศูนย์บริการเฉพาะทางของโรงพยาบาลเวชธานี 3 ด้านนี้ ผู้วิจัยปรับจากแนวคิด ของ Parasuraman, Zeithaml; & Berry (1985, pp. 47-48) สรุปว่าการวัดคุณภาพบริการ เป็นเครื่องมือที่ใช้ประเมินคุณภาพบริการทางธุรกิจ ซึ่งในธุรกิจบริการจะให้ความสำคัญ และยึดถือความต้องการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการเป็นบรรทัดฐานในการ วางแผน และการดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความ ต้องการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริการและช่วยให้ องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนี้

3.2.1. ด้านความต้องการของผู้รับบริการ

3.2.2. ด้านตอบสนองตามความคาดหวังของลูกค้ำ

3.2.3. ด้านคุณภาพการบริการ

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกชอบ ความรู้สึกพอใจ หรือมีทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว ได้รับผลตอบสนองที่ต้องการ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจ โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด โดยได้จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึง การทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดี และได้รับการบริการตามความต้องการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ได้แก่ การต้อนรับที่ดี การดูแลเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำเข้าใจง่าย และปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง บรรยากาศในสถานที่ให้บริการดี สะอาดเป็นระเบียบ เรียบร้อย

1.2 ด้านตอบสนองตามความคาดหวังของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับจากการบริการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากการบริการที่ได้รับนั้นตอบสนองตามความคาดหวังหรือเกินความคาดหวัง จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง การรักษาด้วยความยุติธรรมและถูกต้อง อุปกรณ์ เครื่องมือทางการแพทย์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ

1.3 ด้านคุณภาพการบริการ หมายถึง การวัดระดับความรู้สึกของลูกค้าที่ได้รับบริการตามที่คาดหวัง ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการและการรักษามีความต่อเนื่องสะดวก ถูกต้องและรวดเร็ว การได้รับบริการอย่างต่อเนื่อง มีแผนการรักษาที่หลากหลาย ค่าใช้จ่ายในการรักษามีราคาที่สมเหตุสมผล ผู้ให้บริการมีความพร้อมในการรักษาและบริการ สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอและปลอดภัย

2. ข้อเสนอแนะ หมายถึง ความคิดเห็นที่เสนอเพิ่มเติมของลูกค้าที่มารับบริการเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับบริการศูนย์บริการเฉพาะทางของโรงพยาบาล เวชธานี

3. ลูกค้าศูนย์บริการเฉพาะทาง หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการเฉพาะทางของโรงพยาบาลเวชธานี โดยมีสถานภาพส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 เพศ หมายถึง ชาย หรือ หญิง

3.2 อายุ หมายถึง อายุจริงของผู้มารับบริการศูนย์บริการเฉพาะทางโรงพยาบาลเวชธานี ซึ่งประกอบด้วยช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี 20-30 ปี มากกว่า 30-40 ปี และมากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3.3 ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับวุฒิการศึกษาของผู้มารับบริการศูนย์บริการเฉพาะทางโรงพยาบาลเวชธานี ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรีขึ้นไป

3.4 อาชีพ หมายถึง กลุ่มงานที่ทำเป็นประจำเพื่อดำรงชีวิต ได้แก่ พนักงานบริษัท รับราชการ กิจการส่วนตัว และอื่น ๆ (ธุรกิจ SME, รัฐวิสาหกิจ, ข้าราชการรัฐ, พนักงานเอกชน)

4. ศูนย์บริการเฉพาะทาง หมายถึง หน่วยงานที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในการรักษาพยาบาล ได้แก่ ศูนย์ตรวจสุขภาพ ศูนย์ไต่เตียม ศูนย์ทันตกรรม Dentalis ศูนย์เบาหวาน ไทรอยด์และต่อมไร้ท่อ ศูนย์ผิวหนังเลเซอร์และความงาม ศูนย์ฟื้นฟูข้อเสื่อมเวชธานี ศูนย์สมองและระบบประสาท

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ใช้เป็นข้อมูลเพื่อนำเสนอผู้บริหารเพื่อให้รับทราบ และปรับปรุงการให้บริการของศูนย์บริการเฉพาะทางให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารและพัฒนาบุคลากร ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. ใช้เป็นข้อมูลในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดบริการตามส่วนแบ่งทางการตลาดและบริการ