

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	:	การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเทพปัญญา จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	:	นายพัฒนา โพธิ์สุยะ
หลักสูตร	:	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	ดร.รุติกุล ไชยวรรณ
วันที่อนุมัติผลงาน	:	พฤษภาคม 2551
จำนวนหน้า	:	99 หน้า
คำสำคัญ	:	ความพึงพอใจ โรงพยาบาลเทพปัญญา เชียงใหม่

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง "การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเทพปัญญา จังหวัดเชียงใหม่" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเทพปัญญา จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจต่อบัณฑิตจบใหม่ ประสิทธิภาพของบริการและคุณภาพการให้บริการ ประชากรในการศึกษาค้นคว้าคือลูกค้าผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลเทพปัญญา จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นแบบอาศัยความน่าจะเป็นแบบ Simple random sampling จำนวนตัวอย่างคือ 347 ราย เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามซึ่งผ่านการทดสอบหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติคำนวณสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าเท่ากับ 0.94 ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ ANOVA Test

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 45 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี รับการรักษาด้วยแพทย์เฉพาะทางสาขาอายุรกรรม มาใช้บริการมากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง มีรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท และมีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันคืออำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากต่อทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ โดยมีความพึงพอใจต่อบุคลากรที่ให้บริการสูงสุด รองลงมาคือการรักษาพยาบาล ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ราคา การส่งเสริมทางการตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน ตามลำดับ

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากต่อทุกปัจจัยของคุณภาพการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์และด้านการให้ความมั่นใจสูงสุด โดยมีระดับความพึงพอใจเท่ากัน รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า และการดูแลเอาใจใส่ ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการโดยจำแนกตามลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการไม่มีความแตกต่างกันตามลักษณะอายุ อาชีพ รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือน แต่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการตามระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05