

ชื่อเรื่อง ส่วนประสมตลาดบริการที่มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ  
การรักษาพยาบาล ของโรงพยาบาลไชยวาน อำเภอไชยวาน จังหวัดอุดรธานี  
ผู้ศึกษา นายอำนาจ คุมรกันย์ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์วุฒิพล ฉัตรจรัสกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2555

## บทคัดย่อ

ส่วนประสมตลาดบริการ เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ  
การรักษาพยาบาล การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องส่วนประสมตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความ  
พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการการรักษาพยาบาล ของโรงพยาบาลไชยวาน อำเภอไชยวาน  
จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมตลาดบริการ ศึกษาความพึงพอใจใน  
คุณภาพบริการการรักษาพยาบาล และเพื่อศึกษาส่วนประสมตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์  
กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการการรักษาพยาบาล ของโรงพยาบาลไชยวาน อำเภอไชย  
วาน จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการการรักษาพยาบาล ในโรงพยาบาล  
ไชยวาน อำเภอไชยวาน จังหวัดอุดรธานี ตามสิทธิการรักษาพยาบาล จำนวน 396 คน โดยใช้สูตร  
ของทาโร ยามานะ และได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้  
ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 1 ฉบับคือ แบบสอบถามส่วนประสมตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์  
กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการการรักษาพยาบาล มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อตั้งแต่ 0.31  
ถึง 0.76 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.94 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การ  
วิเคราะห์สถิติพื้นฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment  
Correlation)

ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

1. ส่วนประสมตลาดบริการของโรงพยาบาลไชยวาน อำเภอไชยวาน จังหวัดอุดรธานี  
พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการโรงพยาบาลไชยวานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด  
บริการโดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้าน  
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการการรักษาพยาบาล ของโรงพยาบาลไชยวาน อำเภอไชยวาน จังหวัดอุดรธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการโรงพยาบาลไชยวานมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการการรักษาพยาบาลโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการโรงพยาบาลไชยวานมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรักษาพยาบาลอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือด้านความน่าเชื่อถือของบริการ และด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ส่วนที่เหลืออยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

3. ส่วนประสมตลาดบริการของโรงพยาบาลไชยวาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาล โดยรวมและรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยสรุปส่วนประสมตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้รับบริการ ดังนั้นผู้บริหารโรงพยาบาล เจ้าหน้าที่ และผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นหน่วยของภาครัฐและเอกชน ควรส่งเสริมพัฒนา ปรับปรุงส่วนประสมตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรักษาพยาบาลมากที่สุด

**TITLE :** Service Marketing Mix and Clients' Satisfaction with the Quality of Services at Chaiwan Hospital, Chaiwan District, Udonthani Province

**AUTHOR:** Amnuay Kunaruck                      **DEGREE:** M.B.A. (Business Administration)

**ADVISOR:** Ajarn Wutipol Chatjaratkoon

**RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY , 2012**

### **ABSTRACT**

Service Marketing Mix is an important strategy and factor in improving quality of treatment services. This independent study aimed to study the relationship of service marketing mix and clients' satisfaction with the quality of treatment services at Chaiwan Hospital, Chaiwan District, Udonthani Province. The objectives of the study were to study service marketing mix, assess clients' satisfaction with the quality of treatment services, and study the marketing mix services influencing public satisfaction with the quality of treatment services at Chaiwan Hospital, Chaiwan District, Udonthani Province. The sample group consisted of 396 clients of Chaiwan Hospital, determined by using the Taro and Yamane Table and acquired through accidental sampling. The instrument used in this study was a questionnaire on Service Marketing Mix and Clients' Satisfaction, with 0.31- 0.76 discrimination power and 0.94 reliability. Basic statistics and Pearson Product Moment Correlation were used in data analysis.

Results of the study are as follows:

1. The sample group of this study, who were clients of Chaiwan Hospital, had a high level of opinion regarding both overall and specific aspects of service marketing mix of the hospital. Arranged in a descending order, these aspects were physical environment, service process, price, product, place or channel of distribution, hospital staff or employees, and marketing promotion.
2. Regarding satisfaction, findings revealed that the sample group of clients were highly satisfied with the overall quality of treatment services at Chaiwan Hospital; when specific aspects were studied, it was found that their satisfaction was at the highest level with 2 aspects:

reliability of services, and responses to clients' needs. All the other aspects were found at a high level of satisfaction with the following arranged in a descending order: giving reassurance or confidence, paying attention, and providing concrete services.

3. It was also found that there was a positive correlation between the hospital's service marketing mix and the clients' satisfaction with both overall quality of the hospital's treatment services and specific aspects of the services at the .01 level of statistical significance.

In conclusion, all the 7 aspects of service marketing mix were important factors leading to clients' satisfaction with the quality of hospital treatment services. Therefore, hospital administrators and staff as well as concerned individuals in both government and private sectors should promote and develop the 7 aspects of service marketing mix in order to satisfy hospital clients with the quality of services at the highest level.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY