



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล



โดย

นางสาวภารดี เสาะแสง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

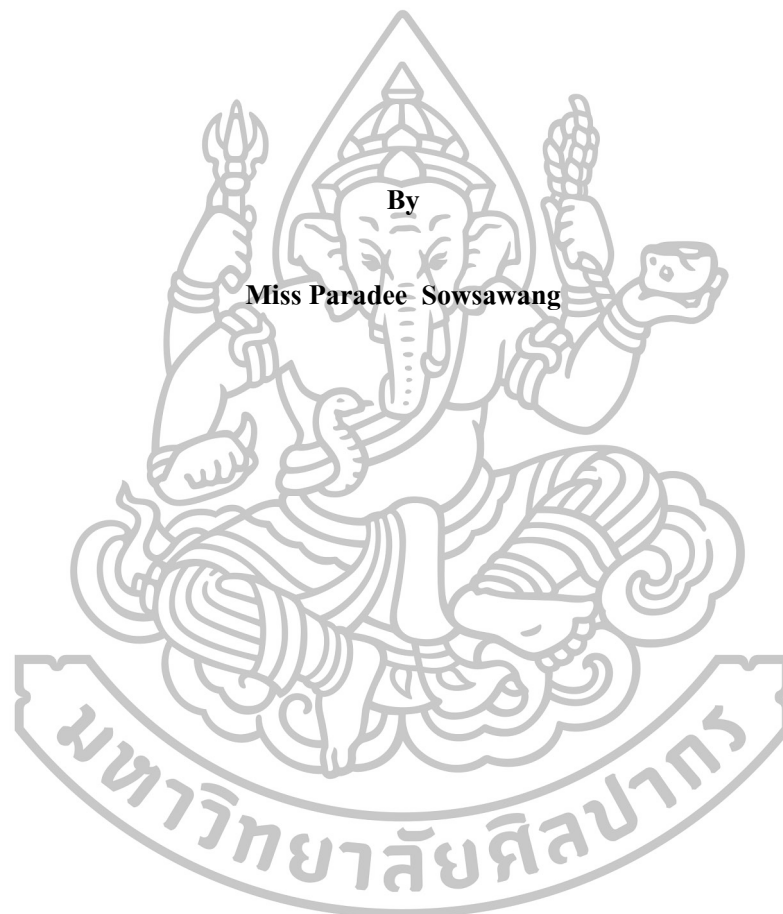
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE IMPACT FACTORS OF CANTEEN USAGE AT FACULTY OF MEDICINE

SIRIRAJ HOSPITAL



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Master of Arts Program in Public and Private Management

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2015

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ” เสนอโดย นางสาวภารดี เสาะแสง เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร)

54601728: สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาด / การใช้บริการ

การดี เสาะแสวง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล, อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร 86 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติ t-test และค่า F-test สถิติการวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว (One Way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher's LSD procedure) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

- 1.ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน
- 2.ความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
- 3.ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

54601728 : MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD : MARKETING FACTORS / USAGE

PARADEE SOWSAWANG : THE IMPACT FACTORS OF CANTEEN USAGE AT FACULTY OF MEDICINE SIRIRAJ HOSPITAL . INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST.PROF.DOWLOY KANJANAMANEESATHIAN. 86 pp.

The purpose of this independent study was to study the impact factors of canteen usage at Faculty of medicine Siriraj hospital. The population of this study included 400 of canteen usage at Faculty of medicine Siriraj hospital. Subjects are randomly sampling and the data are compiled by questionarie, which are subsequently analyzed by Frequency, Percentage, Mean, Standard deviation,t-test, F-test, Pearson's Product Moment Correlation and. The results show the following:

1. The marketing factors affecting the service of canteen at Faculty of medicine Siriraj hospital. Overall, the highest level. When considering that the people, promotion of market, price are in the highest level as well.
2. Satisfaction with canteen usage at Faculty of medicine Siriraj hospital. Overall, the highest level. to provide continuous service.
3. Marketing mix factors affecting the canteen usage at Faculty of medicine Siriraj hospital are statistically significant at 0.05.

Program of Public and Private Management

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2015

Independent Study Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำที่มีคุณค่า อีกทั้งกรุณาตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณผู้บริหารคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ที่อนุญาตให้เก็บข้อมูลในการจัดทำารค้นคว้าอิสระฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำารค้นคว้าอิสระฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อนร่วมงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนช่วยเหลือตลอดมาจนสามารถทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงด้วยดี

สารบัญ

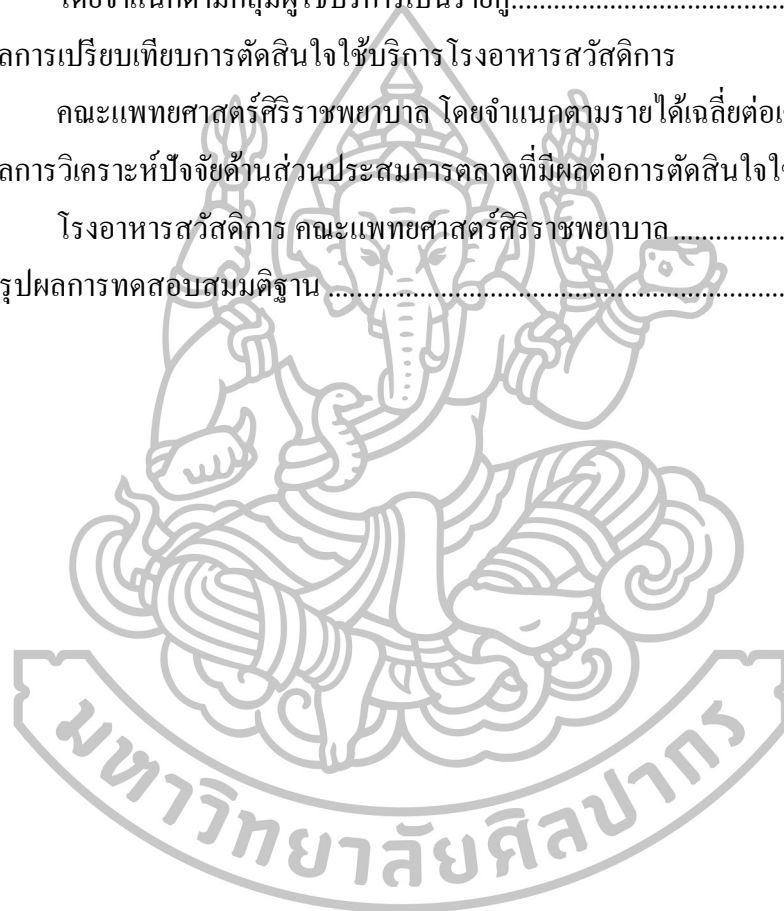
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	6
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	8
ความหมายของการบริการ	8
องค์ประกอบของงานบริการ.....	9
หลักการให้บริการ.....	10
ความคาดหวังคุณภาพบริการ	11
แนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการ	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	15
โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.....	18
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 25
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย..... 25
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 26
	การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ..... 28
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 29
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 29
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 31
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... 31
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง..... 32
	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการใช้บริการ โรงพยาบาล สวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล..... 34
	ผลการวิเคราะห์การให้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล..... 42
	ผลการทดสอบสมมติฐาน..... 48
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 59
	สรุปผลการศึกษา..... 60
	อภิปรายผล..... 63
	ข้อเสนอแนะ..... 69
	รายการอ้างอิง..... 72
	ภาคผนวก..... 74
	ประวัติผู้วิจัย..... 86

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	32
2	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการในภาพรวม	34
3	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์	35
4	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคา.....	36
5	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	37
6	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	38
7	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านบุคคล.....	39
8	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ	40
9	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	41
10	ผลการวิเคราะห์การให้บริการในภาพรวม.....	42
11	ผลการวิเคราะห์การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค.....	43
12	ผลการวิเคราะห์การให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา.....	44
13	ผลการวิเคราะห์การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	45
14	ผลการวิเคราะห์การให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	46
15	ผลการวิเคราะห์การให้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	47
16	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาล สวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยจำแนกตามเพศ	49
17	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาล สวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยจำแนกตามอายุ.....	50
18	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาล สวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ	52
19	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาล สวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการเป็นรายคู่.....	53

ตารางที่		หน้า
20	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการเป็นรายคู่.....	54
21	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการเป็นรายคู่.....	55
22	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ...	56
23	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.....	57
24	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	58



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารจัดว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในปัจจัยพื้นฐาน (Basic Need) ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ เนื่องจากอาหารนั้นมีประโยชน์และให้คุณค่าหลายประการ เช่น สร้างความเจริญเติบโต ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ ให้พลังงานและความอบอุ่น ทำให้มีอายุยืนยาว ช่วยป้องกันโรค โดยต้องบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และได้สัดส่วนเพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย อาหารจึงเป็นสิ่งที่มนุษย์ขาดไม่ได้ และมนุษย์ก็มีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการหาอาหาร จัดเตรียม และปรุงแต่งให้มีการบริโภคกันด้วยรสชาติที่ดูใจด้วย ซึ่งแต่เดิมกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารจะเป็นเรื่องกิจกรรมที่ทำภายในแต่ละครัวเรือน และครอบครัวเท่านั้น แต่ด้วยในปัจจุบันการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้ผู้คนต้องเข้าสู่ระบบทุนนิยม คนส่วนมากต้องออกไปประกอบอาชีพนอกบ้าน เพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในการดำรงชีวิต ทำให้คนในสังคมต้องพึ่งอาหารนอกบ้าน ส่งผลให้พฤติกรรมของคนไทยส่วนใหญ่ที่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพฯ มีแนวโน้มการออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น ตามภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ความเร่งรีบทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหาร (กฤษฎา โสมนะพันธุ์, 2556) เหตุจากพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้าน แทนการประกอบอาหารเองในบ้านส่งผลให้ในปัจจุบันมีแหล่งจำหน่ายอาหารเกิดขึ้นมากมาย ตามสถานที่ต่าง ๆ มีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะร้านอาหารรายย่อยที่จะมีอยู่ตามแหล่งชุมชน หรือกระจัดกระจายในสถานที่ทำงานต่าง ๆ

การบริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตและเป็นความต้องการพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ และการบริโภคยังมีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโต พัฒนาการของเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่ ดังนั้นการเตรียม การปรุง การผลิต และการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นสิ่งท้าทายที่จะทำให้เกิดอาหารปลอดภัย อาหารที่ผลิตไม่ถูกสุขลักษณะ ปนเปื้อนสารอันตรายเป็นสาเหตุให้เกิดโรคระบบทางเดินอาหารไปจนถึงโรคระบาดด้านอาหารได้ ดังนั้นโรงอาหารถือเป็นสถานที่สำคัญในหน่วยงาน เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีคนหมู่มากมาใช้บริการรับประทานอาหารถ้ามีการดำเนินการที่ไม่ถูกสุขลักษณะ ให้บริการอาหารที่ไม่ปลอดภัยจะส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้มาใช้บริการ และเป็นสาเหตุของการเกิดโรคทั้งที่เกิดจากเชื้อโรค สารเคมีที่มีอาหารเป็นสื่อ นำ การให้บริการอาหารที่ปลอดภัยจึงเป็นเรื่องสำคัญและเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายประการ เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบอาหาร การจัดเตรียม การปรุงประกอบ การเก็บรักษาวัตถุดิบอาหารและอาหารปรุงสำเร็จ สถานที่ปรุงประกอบอาหารและรับประทาน ภาชนะบรรจุและสัมผัสอาหาร ผู้สัมผัสอาหาร รวมถึงสภาพแวดล้อม และการรักษา

ความสะอาดในส่วนต่าง ๆ เช่น การระบายอากาศ แสงสว่าง ท่อระบายน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้การบริโภคอาหารปรุงสำเร็จควรเลือกบริโภคให้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย ทั้งในด้านพลังงานและสารอาหารของแต่ละบุคคล การแสดงข้อมูลโภชนาการของอาหารที่วางจำหน่ายในร้านค้าที่ใช้บริการจะช่วยให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานได้เหมาะสมตามต้องการของร่างกาย และเป็นการส่งเสริมสุขภาพ (ปิยะธิดา ขจรชัยกุล และคณะ, 2554)

โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เป็นสถานที่ให้บริการด้านอาหารสำหรับแพทย์ พยาบาล นักศึกษา เจ้าหน้าที่ และบุคลากรภายนอกที่มาใช้บริการ ซึ่งสมัยก่อนยังไม่มี การควบคุมผู้จำหน่ายอาหารให้ปฏิบัติตามหลักสุขลักษณะ และไม่มีกฎระเบียบในการบริหารจัดการ ทำให้ได้รับการร้องเรียนจากผู้บริการ และพบผู้ป่วยโรคระบบทางเดินอาหาร ดังนั้นในปี พ.ศ. 2542 ผู้บริหารคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลจึงมีนโยบายปรับปรุงโรงพยาบาลให้เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกสุขลักษณะ โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการร้านอาหารใช้ภาชนะที่ได้มาตรฐาน การแต่งกายของผู้ประกอบอาหารที่ถูกหลัก การทำความสะอาด การจัดร้าน วัตถุดิบที่นำมาใช้ประกอบอาหารต้องสดใหม่ มีการจัดเก็บที่เป็นระเบียบ สะอาด การปรับเปลี่ยนสถานที่นั่งรับประทานอาหาร พาชนะที่ใช้ใส่อาหาร เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับอาหารที่ปลอดภัย มีประโยชน์ต่อร่างกาย และไม่ทำให้เกิดโรค จนปัจจุบันมีร้านจำหน่ายอาหารจำนวน 36 ร้านค้า ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มจำนวน 5 ร้านค้า การจำหน่ายอาหารเป็นระบบจ่ายเงินสด และรับอาหารเครื่องดื่มจากร้านค้า โดยผู้ใช้บริการจัดหาที่นั่งรับประทานอาหารเอง เมื่อรับประทานอาหารเสร็จจะต้องนำภาชนะไปเก็บ ณ ที่ที่จัดไว้ให้ ทั้งนี้เมื่อมีการปรับปรุงโรงพยาบาลแล้วทำให้มีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นจนที่นั่งภายในโรงพยาบาลไม่เพียงพอ พื้นที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารต้องมีการรอและยืนคอย ผู้คนเบียดเสียด มีการเดินชนกันจนทำให้อาหารหกเลอะเทอะ ตลอดจนผู้จำหน่ายอาหารไม่สามารถให้บริการผู้มาใช้บริการได้ตรงตามความต้องการ

ทั้งนี้ถึงแม้คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จะปรับปรุงสถานที่ให้มีความกว้างขวางขึ้น และเพิ่มเติมที่นั่งรับประทานอาหาร แต่ก็ยังไม่เพียงพอรองรับผู้มาใช้บริการ เนื่องจากมีผู้ใช้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการปรับปรุงด้านสุขลักษณะแล้วยังพบปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากอาหาร/เครื่องดื่ม จากโรงพยาบาลฯ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงโรงพยาบาลให้สามารถรองรับผู้มาใช้บริการ ตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
3. เพื่อศึกษาปัญหา และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

สมมติฐานการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ กลุ่มผู้ใช้บริการ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเชิงเนื้อหา
การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยใช้แนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการของ Millet (Millet 1959, อ้างถึงในอัฐพล สมศรีรัฐกิจ, 2554 : 32) มาเป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดใช้แนวคิดทฤษฎีของ Zeithaml and Bitner. (2000 : 8-20 อ้างถึงในคุณุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด/การสื่อสาร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและทางกายภาพ
2. ขอบเขตเชิงประชากร
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้คือ ผู้ที่มาใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนได้
3. ขอบเขตเชิงกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ เนื่องจากไม่ทราบข้อมูลจำนวนประชากรอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการใช้สูตรของ Cochran (Cochran

1977, อ้างถึงในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) โดยผลการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ผลลัพธ์ที่ได้คือ 384 คน แต่ผู้วิจัยจะเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างให้เป็นจำนวนเต็มร้อยคือ 400 คน

4. ขอบเขตตัวแปรที่ศึกษา

4.1 ตัวแปรอิสระ

4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ กลุ่มผู้ใช้บริการ รายได้

4.1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด/การสื่อสาร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและทางกายภาพ

4.2 ตัวแปรตาม

การใช้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

5. ขอบเขตเชิงเวลา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนมกราคม 2557 – มกราคม 2558 รวมระยะเวลา 1 ปี

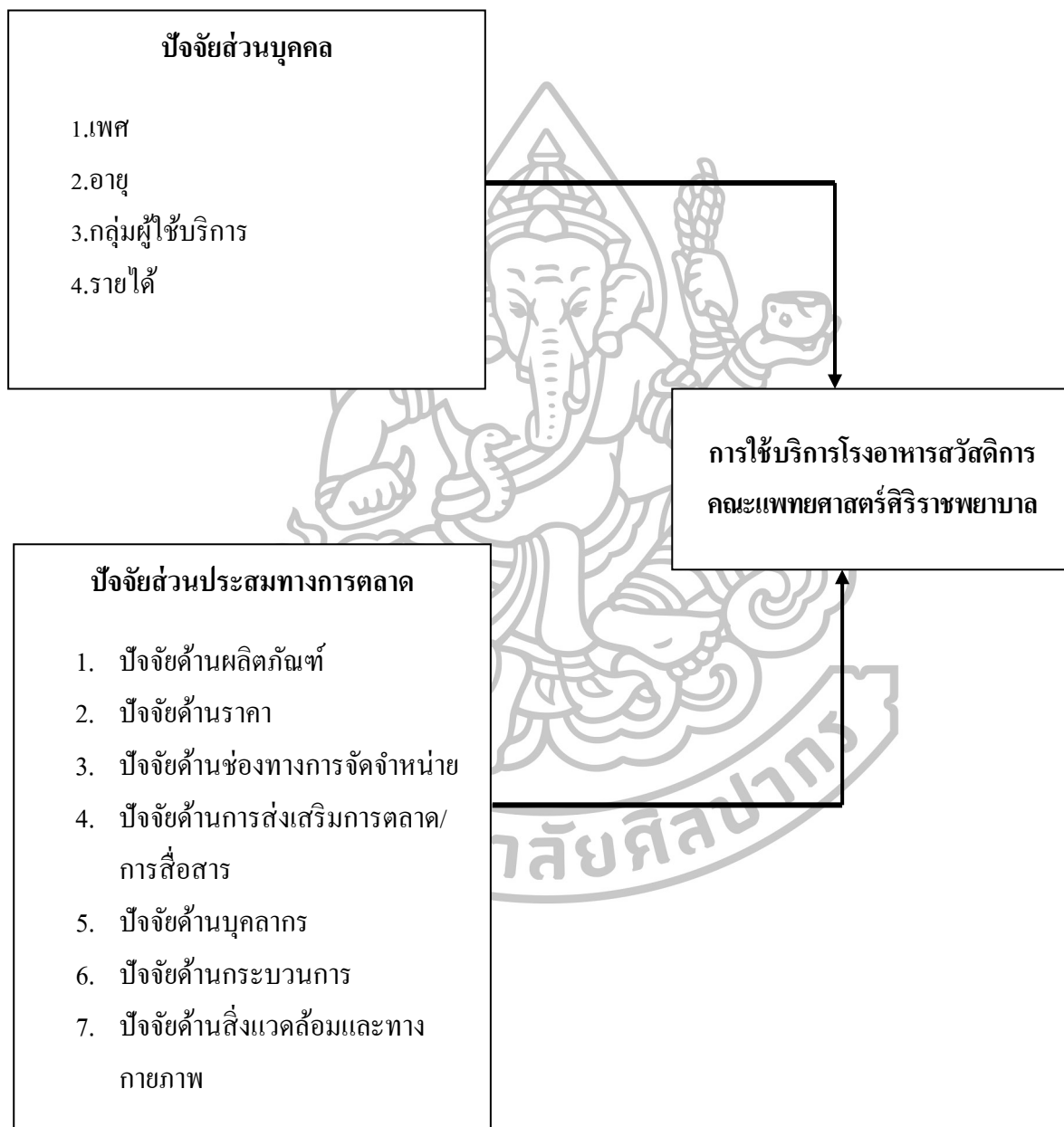


กรอบแนวคิด

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด เรื่องการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ขั้นตอนของการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม
3. การวิเคราะห์ข้อมูล
4. การสรุปผลการศึกษา
5. การเสนอแนะ

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายและขอบเขตของคำอย่างชัดเจน ถูกต้องตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดคำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. โรงอาหาร หมายถึง สถานที่จำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม ในที่นี้คือ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
2. บัณฑิตส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลที่มาใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ กลุ่มผู้ใช้บริการ รายได้
3. บัณฑิตส่วนประสมการตลาด หมายถึง บัณฑิตที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกายภาพ
4. การใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อเลือกซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม นำกลับไปรับประทานหรือนั่งรับประทานภายในโรงอาหาร และเลือกซื้อสินค้าอื่น ๆ ตลอดจนการใช้บริการต่าง ๆ ของโรงอาหาร เช่น ห้องน้ำ สถานที่ล้างมือ เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงบัณฑิตที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลว่าบัณฑิตด้านใดบ้างที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2. ทราบถึงจำนวนการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล แต่ละด้านที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการ และมีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น จนส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้ามีรายได้เพิ่ม

3. สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่หน่วยงาน เป็นแนวทางการบริหาร ปรับปรุง แก้ไขรูปแบบการดำเนินงาน และข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ให้เป็นโรงพยาบาลต้นแบบต่อไป



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า รวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
3. โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

จากการศึกษางานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ซึ่งกล่าวถึงความสำคัญของการบริการ ดังนี้

พีระพงษ์ กิติเวช โภควัฒน์ (2549 : 32, อ้างถึงในคนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 24) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการที่สนองความต้องการของบุคคลที่มาซื้อสินค้าหรือบริการ โดยมุ่งตอบสนองความต้องการของเขาเหล่านั้น ให้ได้รับความประทับใจและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

สมิต สัจฉกร (2546 : 13) กล่าวว่า การบริการ เป็นการปฏิบัติงานที่มีการกระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ การให้ความสะดวกต่าง ๆ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18, อ้างถึงในโกมล ปานแจ่ม, 2552 : 17) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน ของธุรกิจให้กับผู้บริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจ

สุมนา อยู่โพธิ์ (2544 : 6) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

กรอนรูส์ (Gronroos, อ้างถึงในอดิศักดิ์ สิงห์แก้ว, 2547 : 8) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อย จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่

จำเป็นทุกกรณีเกิดขึ้น จากการปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ และหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้าและหรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้ เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

Kotler (2000 : 428, อ้างถึงใน วันวิสาข์ อยู่เปี่ยม, 2552 : 8) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งสนองต่ออีกบุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้และไม่เกิดการเป็นเจ้าของผลผลิตของการบริการอาจจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติ การรับใช้ หรือการให้ความช่วยเหลือโดยการกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้กับบุคคลอื่นด้วยความเต็มใจ ให้ได้รับความสะดวก สบาย ตามที่ผู้รับบริการคาดหวัง ตั้งเป้าไว้ไม่มากก็น้อย ส่งผลให้ผู้ได้รับความช่วยเหลือหรือผู้รับบริการมีความพอใจ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถนำระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการมาปรับปรุง ปรับเปลี่ยนการให้บริการเพื่อให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2530 : หน่วยที่ 1-7) ให้ความหมายระบบบริการ (Service Systemes) หมายถึง การจัดวางแบบแผนการดำเนินการต่าง ๆ ในสถานที่ที่จะให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลที่มารับบริการ ในการจัดการระบบบริการสมัยใหม่ จะเน้นความต้องการของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้าในกระบวนการจัดการบริการ ของบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการ สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจะเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการบริการดังกล่าว

องค์ประกอบของงานบริการ

ปรัชญา เวสารัชช์ (2540 : อ้างถึงใน ปานจิต บุณสมภพ, 2548 : 6) กล่าวว่า องค์ประกอบของการบริการ ได้แก่

1. สภาพแวดล้อม หมายถึง สภาพทั่วไปซึ่งไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริการ แต่สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้มารับบริการที่สำคัญ ได้แก่

1.1 การเดินทางที่ง่าย และสะดวกในการเดินทางมาติดต่อขอรับบริการ

1.2 สถานที่ของหน่วยบริการ ได้แก่ ตัวอาคาร สภาพแวดล้อมของหน่วยบริการ สถานที่รับบริการต้องมีลักษณะและสภาพที่เหมาะสม มีความกว้างขวาง สะอาด ปลอดภัย รวมทั้งจัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยให้บริการแก่ผู้มารับบริการ

2. การประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจในการติดต่อ ทำให้รู้เงื่อนไข รู้ขั้นตอนและวิธีปฏิบัติตนในการติดต่อขอรับบริการ

3. กระบวนการบริการ ความประทับใจที่คิดของผู้รับบริการ ขึ้นอยู่กับกระบวนการบริการที่รวดเร็ว ชัดเจน มีระเบียบ มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง โปร่งใส และสะดวก

4. พฤติกรรมและวิธีการบริการของผู้ให้บริการ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดใน การสร้างความพึงพอใจในการบริการ เพราะผู้รับบริการได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการสัมผัสกับผู้ให้บริการ ซึ่งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ มีดังนี้

4.1 บุคลิกภาพและการปรากฏตัวของผู้ให้บริการ ได้แก่ รูปร่างหน้าตา เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย

4.2 การพูดจาและการตอบคำถามของผู้ให้บริการ

หลักการให้บริการ

สมิต สัจฉกร (2546 : 173-174) กล่าวถึงการให้บริการว่า การบริการ ซึ่งเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้นต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่า การให้ความช่วยเหลือ หรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเรา ผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็น การให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพ คือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้น การบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการ ประเมินผลการให้บริการไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่ คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้ว ก็ยากที่จะให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตาม กำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงความรีบเร่งของลูกค้า และสนองตอบ ให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตาม จะต้องพิจารณาโดยรอบคอบรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

หลักการทั่วไป การให้บริการเป็นการกระทำของบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพอุปนิสัย และอารมณ์นั้นแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และแต่ละสถานการณ์ จึงมีการประพฤติปฏิบัติที่หลากหลายออกไป แต่อย่างไรก็ตาม การบริการที่ดีอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีดังนี้

1. ทำด้วยความเต็มใจ การบริการเป็นเรื่องของจิตใจ ถ้ามีความรักในงานบริการก็จะทำทุกสิ่งทุกอย่างในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความตั้งใจและเต็มใจ ผลของการกระทำก็มักจะเกิดขึ้นด้วยดี

2. ทำด้วยความรวดเร็ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะอยู่ในอาการรีบร้อนจึงต้องการความช่วยเหลือที่ทันอกทันใจ การแสดงออกอย่างคล่องแคล่วในการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้รับบริการมีความสุข และความพอใจ

3. ทำถูกต้อง ดังได้กล่าวไว้ในหลักการของการให้บริการว่า การให้บริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จะเป็นการสนองตอบความต้องการ และทำความพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างชัดเจน การบริหารที่ดีต้องเน้นการทำให้ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ

4. ทำอย่างเท่าเทียมกัน คนส่วนมากต้องการสิทธิพิเศษ และเรียกร้องที่จะได้รับการบริการที่ดีกว่า หรือเหนือกว่าผู้อื่น หากเราแสดงออกให้คนต่าง ๆ เห็นว่าเราให้การบริการเป็นพิเศษแก่บางคนที่เท่ากับเราไม่ให้บริการอย่างเป็นธรรม เป็นการสร้างความพอใจให้แก่คนเพียงคนเดียวแต่ทำความไม่พอใจให้แก่คนอื่นจำนวนมากเราอาจพูดพอได้ยินกับลูกค้าบางคนว่า เราบริการให้เป็นพิเศษ แต่จะต้องแสดงออกให้คนทั่วไปเห็นว่าเราบริการอย่างเสมอภาค

5. ทำให้เกิดความชื่นใจ การบริการที่ดีต้องทำให้ผู้รับบริการมีความสุข ซึ่งทุกคนต่างตระหนักดีว่า เมื่อใดที่ผู้ให้บริการสนองตอบความต้องการให้ความช่วยเหลืออย่างดีก็จะเกิดความปิติ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องพยายามให้ความช่วยเหลือจนผู้รับบริการชื่นใจ

ความคาดหวังคุณภาพบริการ

ปรัชญา บัณฑิต (2545 : 16) กล่าวว่า คุณภาพบริการเป็นการประเมินจากผู้รับบริการโดยผู้ให้บริการจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ใช่เพียงแต่ความต้องการเบื้องต้น แต่ยังมีความต้องการอื่น ๆ ร่วมด้วย จึงสามารถแบ่งเป็นองค์ประกอบของความต้องการออกได้ดังนี้

1. ความต้องการหลักจริง ๆ (Core service) หมายถึง บริการที่ผู้รับบริการต้องมากจนกระทั่งก่อให้เกิดการตัดสินใจมารับบริการครั้งนั้น ๆ

2. บริการที่เกี่ยวข้อง (Peripheral service) หมายถึง บริการที่ไม่ใช่บริการหลักที่ต้องการจริง ๆ แต่เป็นบริการอื่นที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการร่วมกับบริการหลัก ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมคุณภาพการบริการได้ แบ่งเป็น

2.1 บริการที่คาดหวังจะได้รับ (Expected service) หมายถึง บริการข้างเคียงที่เกี่ยวข้องเนื่องกับบริการหลักที่ต้องการจริง ๆ ซึ่งผู้รับบริการคาดหวังล่วงหน้าว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ และการได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ทำให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจและประเมินว่าบริการที่ได้รับนั้นมีคุณภาพ หากไม่ได้รับบริการดังกล่าว บริการนั้นย่อมด้อยลง

2.2 บริการอยู่นอกเหนือความคาดหมาย (Augmented service) หมายถึง บริการที่ผู้รับบริการอยากได้ แต่ไม่คาดหวังว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ แต่หากผู้รับบริการได้รับจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) อันเป็นความรู้สึกที่มากกว่าความพอใจ ส่งผลให้ประเมินว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพเยี่ยม ซึ่งแม้ผู้รับบริการไม่ได้รับบริการประเภทนี้ ก็มิได้เกิดความไม่พอใจแต่ประการใด

พาราสุรามาน, เซทแฮลม์ และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry 1990, อ้างถึงใน โกลด์ ปานแจ่ม, 2552 : 32) ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการเป็น 5 ประการ ได้แก่

1. การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ประสบการณ์ในอดีต
4. ข่าวสารจากสื่อ และจากผู้ให้บริการ
5. ราคา

ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการวัดระดับความพอใจ ซึ่งจะแตกต่างกันระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอไม่ตรงกับระดับความคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าการทำงานของข้อเสนอตรงกับระดับความคาดหวังของผู้รับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้รับบริการก็จะมี ความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

ภาสกร อุดุลพัฒนกิจ (2548 : 21-22) สรุปเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ดี คือ SERVICE ในแต่ละตัวอักษรไว้ ดังนี้

1. S คือ แนวความคิดรวบยอดในการบริการ (Service concept) และสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับผู้มาติดต่อ หรือมาขอใช้บริการ และรับบริการ การให้บริการที่ดีต่อลูกค้า เป็นหน้าที่โดยตรงและต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดเท่าที่จะทำได้

2. E คือ ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานระดับใด ซึ่งเมื่อเห็นลูกค้าเข้ามาก็ต้องต้อนรับ ต้องมีความพร้อมที่จะสนองความต้องการของลูกค้า และคอยสังเกตว่าลูกค้าต้องการความช่วยเหลืออะไรบ้าง โดยจะต้องไปบริการให้ทันที โดยมีต้องให้ลูกค้าร้องขอ หรืออีกความหมายหนึ่ง E ย่อมาจากคำว่า (Expectation) เป็นความคาดหวังที่เป็นไปในสองแนวทางคือ ทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างก็มีความคาดหวังต่องานบริการหากองค์กรสามารถทราบ และจัดสิ่งต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่มีอยู่ ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการขึ้น

3. R คือ ความพร้อม (Readiness) และความรวดเร็ว (Rapidness) หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็ว นับปล้น ทันใจ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และพึงพอใจมากที่สุด

4. V คือ ความมีคุณค่า (Values) หมายความว่า ไม่ว่าจะเป็นการบริการประเภทใด ผู้ให้บริการต้องทำทุกวิถีทางที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าเมื่อได้รับบริการแล้วจะไม่ผิดหวัง และเห็นว่าบริการนั้นมีคุณค่าสำหรับเขา

5. I คือ ความสนใจ (Interesting) และความประทับใจ (Impressive) ซึ่งหมายถึง การให้ความสนใจอย่างจริงใจต่อลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

6. C คือ ความสะอาด (Cleanliness) ความถูกต้อง (Correctiveness) และไม่ตรีจิต (Courtesy) สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขายบริการ เพราะไม่ว่าจะดำเนินธุรกิจประเภทใด สถานที่ต้องสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

7. E คือ ความอดกลั้น (Endurance) และการรู้จักควบคุมอารมณ์ (Emotional control) ผู้ให้บริการที่ดี ต้องมีคุณสมบัติที่เข้ามารับบริการต่างคนก็ต่างจิต ต่างใจ ดังนั้น จึงเป็นเรื่องยากในการที่จะให้บริการลูกค้าให้ถูกใจทุกคน

8. S คือ ความจริงใจ (Sincerity) และการรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส (Smiling) โดยในการให้บริการลูกค้า นั้น ผู้ให้บริการต้องรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความรู้สึกในทางบวกเกิดขึ้น โดยต้องแสดงให้เห็นทั้งกาย วาจา ท่าทาง ตลอดจนสีหน้า และแววตา

แนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการ

มิลเลอร์ (Miller 1959 อ้างถึงในอัฐพล สมศรีรัฐกิจ, 2554 : 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการว่าควรพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equalable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในกาให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานบริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผล ถ้าไม่ตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มิลเลอร์ เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การบริการเป็นการปฏิบัติที่สำคัญที่ธุรกิจต่าง ๆ จะต้องพึงมี อาจจะเป็นด้วยการบริการทั้งที่เป็นรูปธรรม หรือนามธรรม โดยจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ในการบริการ ซึ่งผู้ให้บริการนั้นจะต้องมีความเต็มใจ ใส่ใจในการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการพอใจ ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้หากผู้ให้บริการมีการปฏิบัติต่อผู้รับบริการได้เต็มที่ และถูกใจผู้รับบริการจะส่งผลให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำ และมีการบอกต่อกับผู้อื่นให้มาใช้บริการในธุรกิจของเราเพิ่มขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีนี้ทำให้ทราบถึง ความหมาย องค์ประกอบ หลักการให้บริการ ความคาดหวังคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งทำให้เห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืน และประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยการบริการเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง โดยการบริการจะ

ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ในธุรกิจ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดด้านบริการ และความพึงพอใจในการให้บริการ ของมิลเลอร์ (Miller 1959) มาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความหมายเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาด ไว้หลาย ความหมายในที่นี้ผู้วิจัยขอนำเสนอเพียงบางส่วน ดังนี้

E. Jerome McCarthy. (1993:46 อ้างถึงในคนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือ 4Ps เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับสินค้าซึ่งนำมาผสมผสานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด

Zeithaml and Bitner. (2000:18-20 อ้างถึงในคนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) ได้เพิ่มส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการเพิ่มขึ้น 3Ps ซึ่งประกอบด้วย บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจบริการตามกลยุทธ์ ที่ได้วางไว้ ซึ่งมีรายละเอียดของ 7Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สินค้าและ/หรือบริการและส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าและ/หรือบริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเรื่องผลิตภัณฑ์นั้น ควรมีการพัฒนาสินค้าตัวใหม่และมีการจัดการกับระบบการผลิตสินค้าทั้งหมด

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการในรูปของเงินตรา ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ฉะนั้นต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม เพราะราคาเป็นกลไกที่สำคัญทางการตลาด มีความยืดหยุ่นสูงมาก และเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้นการกำหนดราคาจะต้องมีการพิจารณาคำนึงถึงดังนี้

- 2.1 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อหรือใช้บริการ
- 2.2 ต้นทุนสินค้าได้รับจากการซื้อหรือใช้บริการ
- 2.3 การแข่งขัน
- 2.4 ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของภาครัฐ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมาย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถมีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ณ ที่ใดที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็วรวมถึงมีการกำหนดช่องทางในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมและเหมาะสม เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง

4. การส่งเสริมการตลาด Promotion เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ เตือนความทรงจำของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ และยังเป็นการขายความคิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ ให้แก่ลูกค้าในตลาดเป้าหมายให้ได้รับรู้ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังทำให้ลูกค้า ในกลุ่มเป้าหมายมีความมั่นใจว่า ผู้ขายสินค้าและ/หรือบริการที่ลูกค้าต้องการ การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

4.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งข่าวสาร ไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง หรืออาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลผู้ส่งข่าวจะสามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสาร ได้ทันที พนักงานขายสามารถแนะนำชักชวนให้ผู้รับบริการซื้อสินค้าและบริการ และรวมถึงกระตุ้นให้เพิ่มการใช้สำหรับลูกค้าเดิม

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการนำไปใช้ การเผยแพร่วัสดุและเทคนิคต่าง ๆ โดยใช้เสริมกับการโฆษณา และช่วยเสริมการขาย ซึ่งกระทำได้หลายวิธี เช่น แผ่นพับ จดหมาย เป็นต้น

4.3 การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าบริการ หรือนโยบายของบริษัท โดยผ่านสื่อหลายประเภท การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่าง ๆ หรือเพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยการสร้างเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ดี เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้ เช่น การประกาศในที่ชุมชน การแจกสิ่งพิมพ์เผยแพร่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ รายงานประจำปี เป็นต้น

4.5 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสารที่นิยมมากในธุรกิจเพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจในบริการที่ผู้ให้บริการจัดเตรียมไว้ และเพื่อจูงใจให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้ารู้และอยากที่จะใช้บริการดังนั้นการโฆษณาองค์การต่อตระหนักถึงความสำคัญของวัตถุประสงค์และมีการกำหนดงบประมาณที่ชัดเจน

4.6 การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจเพราะผู้ที่เคยหรือผ่านการใช้บริการจะสามารถถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นไปยังผู้ที่ใช้บริการได้ในอนาคตจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ

5. บุคลากร (People) คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมดของกิจการ ซึ่งหมายความว่ารวมทั้งลูกค้าและบุคลากรที่คอยให้บริการจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ มีทัศนคติที่ดี มีความคิดริเริ่ม สามารถแก้ไขปัญหา ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ ฉะนั้นคุณภาพการบริการทั้งหมดต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือจากคู่แข่งอื่น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้ และสามารถสร้างค่านิยมให้กับธุรกิจห้างสรรพสินค้าอีกด้วย

6. กระบวนการให้บริการ (Process) คือ ระเบียบวิธีปฏิบัติหรือขั้นตอนคุณภาพให้บริการที่ส่งมอบการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ประทับใจลูกค้า ซึ่งจะพิจารณา 2 ด้าน คือ

6.1 ความซับซ้อน (Complexity) จะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการให้บริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ ระยะเวลาในการรับบริการ

6.2 ความหลากหลาย (Divergence) ต้องพิจารณาถึงความมีอิสระ ความยืดหยุ่นและความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับของการทำงานได้

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคารและลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการอย่างชัดเจนรวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มีไว้ให้บริการด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการได้

จากการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด มาเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยด้านราคา
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด/การสื่อสาร
5. ปัจจัยด้านบุคลากร
6. ปัจจัยด้านกระบวนการ
7. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและทางกายภาพ

3. โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เดิมอยู่ภายใต้การดูแลของ ฝ่ายการพยาบาล ต่อมาเพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างคล่องตัว และถูกต้องได้มีการเปลี่ยนมาอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของ คณะกรรมการสวัสดิการคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ไม่มีหลักฐานใดปรากฏแน่ชัดว่าสร้างขึ้นเมื่อพ.ศ.ใด แต่ได้มีการปรับปรุงเพื่อให้ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสากลเมื่อปี พ.ศ. 2542 ซึ่งร้านค้าที่เข้ามาจำหน่ายอาหารภายในโรงอาหารจะต้องปฏิบัติตามประกาศ คณะอนุกรรมการสวัสดิการคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เรื่อง หลักเกณฑ์การประกอบการสวัสดิการร้านค้า และร้านอาหาร พ.ศ. 2551

โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เปิดให้บริการสำหรับแพทย์พยาบาล นักศึกษา เจ้าหน้าที่ และบุคลากรภายนอกเข้ามาใช้บริการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่ม โดยมีร้านจำหน่ายอาหาร จำนวน 36 ร้าน และร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม จำนวน 5 ร้าน เป็นระบบจ่ายเงินสด มีทั้งที่นั่งรับประทาน ณ โรงอาหาร และแบบนอกรับ สำหรับที่นั่งรับประทานภายในโรงอาหาร คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลได้จัดห้องสำหรับเจ้าหน้าที่โดยเฉพาะ เพื่อไม่เป็นการแย่งที่นั่งกับบุคคลภายนอก และเพื่อให้บุคคลภายนอกมีที่นั่งรับประทานอาหารได้เพียงพอ ทั้งนี้เมื่อรับประทานอาหารเสร็จแล้วจะต้องนำภาชนะไปวางไว้ ณ จุดสำหรับวางภาชนะด้วย (งานสวัสดิการ 2558)

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎา โสมนะพันธุ์ และคณะฯ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลอายุตั้งแต่ 18 ปี จำนวน 400 คน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมมีความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน 1-3 ครั้ง/เดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการรับประทานอาหารมากกว่า 500 บาท วันที่รับประทานอาหารนอกบ้านบ่อยที่สุดคือ วันศุกร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่รับประทานอาหารนอกบ้านคือ 17.01-20.00 น. มีจำนวนผู้ร่วมรับประทานเฉลี่ย 2 คน สถานที่ที่ไปรับประทานอาหารนอกบ้านคือร้านอาหารทั่วไป ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านรับประทานอาหารคือปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ ทำเลที่ตั้งร้าน การเดินทางที่สะดวก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านรับประทานอาหาร คือคนรู้จักแนะนำ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการทานอาหารนอกบ้านที่แตกต่างกัน

ได้แก่ จำนวนผู้ร่วมรับประทานเฉลี่ยมีผลต่อแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณเวลาที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน ได้แก่ การส่งเสริมทางการตลาด ความภักดีต่อร้านอาหาร และความไว้วางใจ มีผลต่อแรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมาณเวลาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิมพ์ชนก พรหมจรรย์ และคณะฯ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมสวนดุสิต เฟลส กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่มาใช้บริการ จำนวน 100 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

1. ขั้นตอนการให้บริการ พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและบริการด้วยใจพร้อมรอยยิ้ม ขั้นตอนการให้บริการชัดเจน และรวดเร็ว
2. การเอาใจใส่ พนักงานมีความเอาใจใส่ดูแลผู้ใช้อย่างสม่ำเสมอ และให้เกียรติผู้ให้บริการ แต่ควรมีที่จอดรถให้เพิ่มมากขึ้น
3. ความรวดเร็ว การให้บริการมีความรวดเร็ว ชัดเจน และถูกต้อง
4. ช่องทางการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารมีความทันสมัยและรวดเร็ว

กัณศิษฐา แสงวงกิจ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 103 คน พบว่า อายุ สถานภาพ รายได้จากการทำธุรกิจ และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันมีผลประกอบการฯ แตกต่างกัน ลักษณะการให้บริการรายได้จากการทำธุรกิจและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันมีส่วนของลูกค้าฯ แตกต่างกัน กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการฯ และด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับสัดส่วนของลูกค้า

พิเศษศักดิ์ ยืนยง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคบริเวณพื้นที่รอบ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคบริเวณพื้นที่รอบมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จำนวน 400 คน พบว่า

1. ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความคิดเห็นด้านจิตวิทยา พบว่า ด้านการจูงใจ และด้านทัศนคติ อยู่ในระดับมาก ด้านการเรียนรู้ ด้านบุคลิกภาพ

และด้านการรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง และส่วนความพึงพอใจในการบริโภคกาแฟสด พบว่า ด้านลักษณะกาแฟสด อยู่ในระดับมาก ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านประเภทการแปสด ด้านรสชาติ และด้านตราสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง

2. ความพึงพอใจของผู้บริโภคกาแฟสดจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน โดยรวมมีความพึงพอใจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ระดับการศึกษาไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือเพศส่งผลต่อความพึงพอใจ ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคืออายุส่งผลต่อความพึงพอใจ ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือสถานภาพสมรสส่งผลต่อความพึงพอใจ ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคืออาชีพส่งผลต่อความพึงพอใจ และผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการบริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ รายได้ต่อเดือนส่งผลต่อความพึงพอใจ

วันวิสาข์ อยู่เปี่ยม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 400 คน พบว่า ความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการ ด้านพ่อค้าแม่ค้าผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ส่วนด้านราคา มีความพึงพอใจระดับมาก และการเปรียบเทียบความแตกต่างพบว่า เพศ และจำนวนวันที่ใช้บริการร้านอาหารต่อสัปดาห์ของนิสิตไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ นิสิตที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน และนิสิตที่มีชั้นปีต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านคุณภาพและการบริการ และด้านราคาแตกต่างกัน

วิจิตรา ขวดยิ่ง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการพื้นที่อาคารโรงอาหาร (ส่วนรับประทานอาหาร) ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน โดยการสังเกต พบว่า โรงอาหารของมหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน ควรใช้ชุดโต๊ะ เก้าอี้ เพื่อการรับประทานอาหารแบบมีน้ำหนักรเบ่าเพื่อการจัดเก็บได้ง่าย ประหยัดพื้นที่ที่สามารถใช้พื้นที่จัดเก็บทางตั้งได้ ทำความสะอาดง่าย เมื่อมีการเคลื่อนย้ายก็สามารถนำมาจัดไว้ตามเดิมได้ง่าย ให้ความรู้สึก โปร่งโล่ง และดูเป็นระเบียบ รวมทั้งวิธีการจัด อย่างการตีช่องกรีดนั้นก็มีประโยชน์ คือ จัดระเบียบโต๊ะได้ง่าย ได้จำนวนที่นั่งเพิ่มขึ้น และมีช่องทางเดินระหว่างแถวกว้างขึ้น

คนรัตน์ ใจดี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ประเภทอาหารหรือบริการที่เลือกใช้คือ อาหารพื้นบ้าน (ปักษ์ใต้) เหตุผลที่เลือกใช้บริการคือ รับประทานอาหาร ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการคือ สมาชิกในครอบครัว ผู้ร่วมรับประทานอาหารคือ สมาชิกในครอบครัว ผู้ร่วมใช้บริการ 3 – 5 คน ใช้บริการในวันที่สะดวก เวลาที่ใช้บริการ 12.01-18.00 นาฬิกา ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง การใช้บริการไม่แน่นอน จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง 500 – 1,000 บาท ปริมาณการตั้งบริการต่อครั้ง 3-5 อย่าง ทราบข้อมูลข่าวสารจากประสบการณ์เดิม ผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ขนาดครอบครัว และลักษณะที่พักอาศัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศและสถานภาพสมรส ไม่แตกต่างกัน และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อัญชลี ฐิติวโรดม (2550) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพการให้บริการของโรงอาหารใหญ่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 160 คน พบว่า โรงอาหาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีสภาพการให้บริการในภาพรวม 4 ด้าน คือ ด้านคุณภาพอาหาร ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านสุขาภิบาลอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับสภาพการให้บริการโรงอาหารมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ คณะ ภูมิลำเนา และความถี่ในการใช้บริการที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการให้บริการในภาพรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักศึกษามีข้อเสนอแนะว่า พนักงานควรยิ้มแย้มแจ่มใส โรงอาหารควรสะอาด และมีที่ระบายอากาศที่เย็นกว่าเดิม และอาหารควรสด และมีคุณภาพ

นิรมล จำนงศรี (2547) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงอาหารของหน่วยงานโภชนาการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตและบุคลากรของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 1,708 คน พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นประจำเพราะมีความสะดวกในการเดินทางและเป็นสถานที่พบกับเพื่อน และในส่วนผู้มาใช้บริการครั้งเดียว เนื่องจากว่าเข้ามารับประทานอาหารเช้าแล้วพบว่าอาหารไม่อร่อย ไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีคุณภาพ และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ด้านสถานที่ประกอบอาหาร ด้านการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่และด้านการต้อนรับ ส่วนในช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการโฆษณาไม่มีความพึงพอใจระดับน้อย และผู้ให้บริการเพศชายมีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ปิยะธิดา ขจรชัยกุล และสุภัทร์ ไชยกุล (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจในการใช้โรงอาหาร:กรณีศึกษาโรงอาหารคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลภายในคณะสาธารณสุขศาสตร์ และบุคคลทั่วไป จำนวน 419 คน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความรู้และโภชนาการ และความพึงพอใจในด้านสถานที่ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$ และ $p = 0.001$ ตามลำดับ) และประเภทผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลภายในคณะสาธารณสุขศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านสุขาภิบาลอาหาร และความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.025$ และ $p = 0.014$ ตามลำดับ) และมีข้อเสนอ คือ ควรปรับปรุงด้านสุขาภิบาลอาหาร และสถานที่ประกอบการให้มีความสมบูรณ์ตามหลักวิชาการมากขึ้น

รัชนิวรรณ วัฒนปริญา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือบุคคลทั่วไปที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง อายุ 20 – 29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และเลือกรูปแบบการให้บริการรับประทานที่ร้านและซื้อไปรับประทานที่บ้าน ผู้ร่วมใช้บริการร้านอาหารคือ 2-3 คน โดยวันที่ชอบมาใช้บริการ คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เวลาที่เลือกใช้บริการร้านอาหารช่วงเวลา 19.01-22.00 น. ความถี่ในการใช้บริการ คือ จำนวน 1-2 ครั้ง โดยมีจำนวนเงินต่อครั้งที่รับประทานอาหารเช้า น้อยกว่า 500 บาท/ครั้ง และสื่อที่ทำให้ท่านทราบข้อมูลข่าวสารของร้านอาหารคือป้ายหน้าร้าน โดยมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาหาร คือเดินทางสะดวกสบายผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร

ในด้าน ลักษณะบริการ จำนวนผู้ร่วมใช้บริการ วัน เวลา ความถี่ จำนวนเงิน ค่าสารข้อมูล เหตุผลที่เลือกใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร

นันทิ เพ็งพุ่ม (2547) ได้ศึกษา เรื่อง ปัญหาการใช้บริการศูนย์อาหารของบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการ พบว่าบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการมีปัญหาการใช้บริการศูนย์อาหารโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านว่าด้านสุขอนามัยอยู่ระดับมากและด้านอื่น ๆ ระดับปานกลาง และบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการที่มีเพศ อายุ สถานภาพการทำงาน และความถี่ในการใช้บริการในศูนย์อาหาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พริษฐ์ อนุภูธนาการ (2546) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านอาหารจีฟี่ฟิเคิซเซ่น (บายทีอปลัส) ในสถานบริการน้ำมันเจ็ท พบว่าผู้ใช้บริการในร้านอาหารมีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมและรายด้านในระดับมาก ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ และสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ และในส่วนของบริโภคที่มาใช้บริการที่มีอาชีพการศึกษา รายได้ต่างกัน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

อุไรรัตน์ วัฒนาวงสงวนศักดิ์ (2545) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคและสุขภาพในโรงอาหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต พบว่าความสะอาด และความปลอดภัยของอาหาร เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องคำนึงถึง การที่อาหารจะถูกหลักสุขภาพได้นั้นเราต้องปรับปรุงอาหารจำหน่าย และมีโรงอาหารที่ถูกหลักสุขภาพ ถ้าสุขภาพอาหารไม่ดี อาจทำให้มีผู้บริโภคป่วยเป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร เช่น โรคอุจจาระร่วง โรคอาหารเป็นพิษ อหิวาตกโรค ไวรัสตับอักเสบ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มีบุคลากร นักศึกษาและประชาชนทั่วไปเป็นจำนวนมาก โดยโรงอาหารในมหาวิทยาลัยจะมีผู้มาใช้บริการประมาณ 8,500 คนต่อวัน เบื้องต้นที่โรงอาหารส่วนกลางพบว่า มีเศษอาหารติดที่ซอสน้ำมัน มีสุนัขจรจัดเข้ามาในบริเวณโรงอาหาร ผู้บริโภคต้องคอยปิดแมลงวันขณะรับประทานอาหาร คาดว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต น่าจะยังไม่ถูกหลักสุขภาพ ผู้บริโภคน่าจะไม่พึงพอใจและอาจมีปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารไม่ปฏิบัติตามหลักสุขภาพ แต่ยังไม่พบว่ามีใครศึกษามาก่อนจึงวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1.สำรวจโรงอาหารมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ว่าถูกต้องตามหลักสุขภาพหรือไม่ 2.เพื่อทราบถึงความพึงพอใจด้านสุขอนามัยของร้านอาหารของผู้บริโภคที่มาใช้บริการโรงอาหาร และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามหลักสุขภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยการสำรวจโรงอาหารภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต 4 แห่ง และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร 1 คนต่อร้านอาหารจำหน่ายอาหาร 1 ร้าน รวมทั้งหมด 27 คน ผลการสำรวจ

สุขภาพพบว่ามีร้านอาหารถูกหลักสุขภาพมีเพียงร้อยละ 3.7 เท่านั้น มีผู้บริโภคจำนวนน้อยเพียงร้อยละ 13.51 มีความพึงพอใจ และผู้ประกอบการมีความรู้ทุกคนแต่ปฏิบัติไม่ครบ

ชัยชาญ รัตนพาวงษ์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการตามเทศบัญญัติตำบลแม่จัน เรื่อง สถานที่จำหน่ายเอกสารและสถานที่สะสมอาหาร พ.ศ.2543 ผลการศึกษาพบว่า ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการตามเทศบัญญัติตำบลแม่จัน เรื่อง สถานที่จำหน่ายอาหารและสถานที่สะสมอาหาร พ.ศ.2543 ผ่านเกณฑ์ในด้านความเหมาะสม และสอดคล้องของเทศบัญญัติฯ ในระดับมาก และไม่ผ่านเกณฑ์ ด้านความพร้อมและเพียงพอของปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงานซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการปฏิบัติตามเทศบัญญัติฯ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการร้านอาหาร/สะสมอาหารอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการตามเทศบัญญัติตำบลแม่จัน เรื่อง สถานที่จำหน่ายอาหารและสถานที่สะสมอาหาร พ.ศ. 2543 คือ ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ยังไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการตามเทศบัญญัติฯ ดังกล่าวที่เพียงพอ ดังนั้นเทศบาลตำบลแม่จันควรเพิ่มความถี่ในการให้ความรู้และการประชาสัมพันธ์ถึงแนวปฏิบัติให้ผู้ประกอบการทราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบและตระหนักถึงการปฏิบัติตามได้ดียิ่งขึ้น และควรจัดให้มีโครงการประกวดร้านอาหาร/สะสมอาหาร โดยมีป้ายเกียรติคุณ/ประกาศนียบัตรรับรอง พร้อมทั้งการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจและเป็นทางเลือกในการใช้บริการของผู้บริโภค

จากการศึกษางานวิจัยข้างต้น พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่จะศึกษาความพึงพอใจ และการบริการของร้านอาหาร เพื่อนำข้อมูลเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการบริการต่าง ๆ เช่น ด้านผู้ประกอบการ รสชาติอาหาร ทำเลที่ตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อนำผลที่ได้เป็นแนวทางการปรับปรุงบริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลได้อย่างตรงจุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์ศิริราชพยาบาล โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีรายละเอียดแต่ละขั้นตอนของการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์ศิริราชพยาบาล ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลศูนย์การแพทย์ศิริราชพยาบาล ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ในแต่ละวัน เนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลจำนวนผู้มาใช้บริการโรงพยาบาล ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (Cochran, 1953 อ้างถึงใน พิเศษศักดิ์ ยืนยง, 2553 : 39) ได้ประมาณกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดด้วยค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95 % ยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน โดยวิธีคำนวณตามสูตร ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทนจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 P แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม 0.5
 Z แทนความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (เชื่อมั่น 95% หรือผิดพลาด 5%)
 d แทนสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ($d = 0.05$)

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \sim n = 385$$

จากผลการคำนวณได้ 385 คน เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ แต่เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้สูงขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจะใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และการสุ่มตัวอย่างโดยสะดวก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวความคิดของการวิจัยมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยที่สร้างขึ้นโดยอาศัยหลักการจากเอกสารตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ กลุ่มผู้ใช้บริการ รายได้ โดยมีลักษณะแบบสอบถามที่ให้ตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหาร เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้แนวคิดของ Zeithaml and Bitner. จำนวน 34 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้มาตราวัดแบบ Likert scale 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

จากนั้นจะวิเคราะห์คะแนนรวมแต่ละปัจจัย จัดเรียงระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ปัจจัยที่ได้คะแนนรวมน้อยที่สุดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลน้อยที่สุด และปัจจัยที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลมากที่สุด โดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตรการหาความกว้างของอันตรภาพชั้นตามที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะฯ (2548, อ้างถึงในกัณกริชฐา แสงวงกิจ, 2554) อธิบายไว้คือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามการให้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้แนวคิดของ มิลเล็ท จำนวน 20 ข้อ แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้มาตราวัดแบบ Likert scale 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด

- 4 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการมาก
 3 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง
 2 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการน้อย
 1 คะแนน หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

จากนั้นจะวิเคราะห์คะแนนรวมแต่ละด้าน จัดเรียงระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ด้านที่ได้คะแนนรวมน้อยที่สุดเป็นด้านที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลน้อยที่สุด และด้านที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นด้านที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจการให้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาลมากที่สุด โดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้นตามที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะฯ (2548, อ้างถึงในกัณกริชฐา แสงวงกิจ, 2554) อธิบายไว้ คือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยดำเนินการสร้างตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยต่าง ๆ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เตรียมความพร้อมในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม และการวิเคราะห์ระเบียบวิธีด้านเทคนิค การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเนื้อหาการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นการรวบรวมขั้นแรก เพื่อนำมาประกอบการวิจัยในการกำหนดแนวคิด ประเด็นและตัวแปรที่จะศึกษา และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบเบื้องต้นว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นครอบคลุมวัตถุประสงค์ ขอบเขตของงานวิจัย รวมถึงความตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ ความเหมาะสมของภาษาและสำนวนที่ใช้

3. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นและข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มศึกษา ได้แก่ บุคลากรของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ซึ่งวิธีใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ของแบบสอบถามแต่ละข้อแล้ว มาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9781

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ทำหนังสือถึงคณบดี คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล และประธานสวัสดิการคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. เมื่อได้รับอนุญาตให้ดำเนินการได้ ผู้วิจัยจึงจะเข้าดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเพื่อที่จะสามารถอธิบายชี้แจงข้อสงสัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจการวิจัยครั้งนี้ และติดตามแบบสอบถามกลับคืนมาได้ทั้งหมด

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์กำหนดลักษณะและกำหนดค่าของตัวแปรแต่ละตัว นำไปลงรหัสข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยสถิติค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean)

2. วิเคราะห์คะแนนรวมแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน โดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มี 2 กลุ่ม โดยใช้ค่า t-test และค่า F-test สำหรับตัวแปรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และถ้าพบว่าปัจจัยใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher's LSD procedure อ้างถึงในอภิญา ภัทรพรพิสิฐ, 2553 : 65) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาด กับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการด้วย Pearson correlation (normality) หรือ Spearman rank correlation (non-normality)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล และเพื่อศึกษาปัญหา และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มารับบริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและได้แบ่งเนื้อหาการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การให้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน การศึกษาในครั้งนี้จึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
S.S.	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก

H_1	แทน	สมมติฐานรอง
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
Adjust R^2	แทน	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณที่ปรับแล้ว
p-value	แทน	ค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Significant value)
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
S.E.	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มาใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำนวน 400 ตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ กลุ่มผู้ใช้บริการและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
			(n=400)
เพศ	ชาย	166	41.5
	หญิง	234	58.5
อายุ	20-30 ปี	104	26.0
	31-40 ปี	131	32.7
	41-50 ปี	108	27.0
	51 ปีขึ้นไป	57	14.3

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

(n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลุ่มผู้ใช้บริการ		
นักศึกษาวิทยาเขตศิริราช	131	32.8
เจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช	151	37.8
ผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย	118	29.4
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	52	13.0
10,001-20,000 บาท	40	10.0
20,001-30,000 บาท	108	27.0
30,001-40,000 บาท	128	32.0
มากกว่า 40,000 บาท	72	18.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และเพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ซึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ 41-50 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อายุ 20-30 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และน้อยที่สุดคืออายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเป็นเจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราชมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือนักศึกษาวิทยาเขตศิริราช จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และน้อยที่สุดคือผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาทมากที่สุดจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการในภาพรวม

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.27	0.21	มากที่สุด
2. ด้านราคา (Price)	4.31	0.22	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.22	0.31	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.33	0.17	มากที่สุด
5. ด้านบุคลากร (People)	4.40	0.24	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.20	0.21	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation)	4.21	0.24	มากที่สุด
ภาพรวม	4.28	0.12	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบริการทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.12) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร (People) มากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.24) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.17) และด้านที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. วัตถุดิบที่ใช้ปรุง จัดทำ อาหาร/เครื่องดื่ม มีความสด ใหม่ มีคุณภาพ	318 (79.5)	64 (16.0)	18 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.52	มากที่สุด
2. ความสะอาดของอาหาร/ เครื่องดื่ม	13 (3.2)	340 (85.0)	47 (11.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91	0.37	มาก
3. รสชาติของอาหาร/ เครื่องดื่ม	45 (11.2)	345 (86.3)	10 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08	0.36	มาก
4. คุณค่าทางโภชนาการของ อาหาร/เครื่องดื่ม	69 (17.2)	323 (80.8)	8 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15	0.41	มาก
5. เครื่องปรุงรสมีความ สะอาด มีช้อนกลางสำหรับ ตัก และมีที่ปกปิดกันแมลง	206 (51.4)	185 (46.3)	8 (2.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.49	0.55	มากที่สุด
ภาพรวม						4.27	0.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.21) โดยให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่ใช้ปรุง จัดทำอาหาร/เครื่องดื่ม มีความสดใหม่ มีคุณภาพมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.52) รองลงมาคือเครื่องปรุงรสมีความสะอาด มีช้อนกลางสำหรับตัก และมีที่ปกปิดกันแมลง ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.55) และข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือความสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ปริมาณอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคา	47 (11.7)	342 (85.5)	11 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.09	0.37	มาก
2. คุณภาพอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคา	157 (39.2)	231 (57.8)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36	0.54	มากที่สุด
3. มีราคาหลากหลาย ให้ เลือกเหมาะสมกับอาหาร/ เครื่องดื่ม	160 (40.0)	223 (55.7)	17 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.35	0.56	มากที่สุด
4. ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ต่ำ กว่าร้านอาหารภายนอก	92 (23.0)	293 (73.2)	15 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19	0.48	มาก
5. มีการกำหนดราคากลางให้ ร้านค้าทุกร้านถือปฏิบัติ ไม่ จำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม เกิน ราคาที่ตั้งไว้	230 (57.5)	160 (40.0)	10 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55	0.54	มากที่สุด
ภาพรวม						4.31	0.22	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคา (Price) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.22) โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดราคากลางให้ร้านค้าทุกร้านถือปฏิบัติ ไม่จำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม เกินราคาที่ตั้งไว้มากที่สุด ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.54) รองลงมาคือคุณภาพอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคา ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.54) และข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือปริมาณอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคา ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ร้านค้ามีความหลากหลาย มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	237 (59.2)	151 (37.8)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56	0.55	มากที่สุด
2. อาหาร/เครื่องดื่ม ที่จำหน่ายมีเพียงพอ	48 (12.0)	347 (86.7)	5 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10	0.34	มาก
3. บริการจัดส่งอาหาร/เครื่องดื่ม เมื่อใช้วิธีโทรศัพท์	50 (12.4)	343 (85.8)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10	0.36	มาก
4. การซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ต้องผ่านขั้นตอนที่ยุ่งยาก ซับซ้อน	60 (15.0)	334 (83.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13	0.38	มาก
ภาพรวม						4.22	0.31	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.31) โดยให้ความสำคัญกับร้านค้ามีความหลากหลาย มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือการซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ต้องผ่านขั้นตอนที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.38) และข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือบริการจัดส่งอาหาร/เครื่องดื่ม เมื่อใช้วิธีโทรศัพท์ ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.36) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด
(Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีป้ายชื่อร้าน และมีป้าย แนะนำความรู้ทางโภชนาการ อย่างชัดเจน	379 (94.7)	9 (2.3)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.91	0.36	มากที่สุด
2. แสดงรายการอาหาร/ เครื่องดื่ม และราคา แสดงให้ เห็นชัดเจน	34 (8.5)	360 (90.0)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.07	0.30	มาก
3. มีการจัดกิจกรรม โปรโมชั่น เช่น การลดราคา อาหาร/เครื่องดื่ม	19 (4.7)	381 (95.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04	0.21	มาก
4. การสะสมคะแนนเพื่อใช้ เป็นส่วนลด	16 (4.0)	374 (93.5)	10 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01	0.25	มาก
5. สามารถเปลี่ยนอาหาร/ เครื่องดื่ม ได้ทันที เมื่อไม่ ตรงตามความต้องการของลูกค้า	259 (64.7)	135 (33.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.63	0.51	มากที่สุด
ภาพรวม						4.33	0.17	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.17) โดยให้ความสำคัญกับป้ายชื่อร้าน และมีป้ายแนะนำความรู้ทางโภชนาการอย่างชัดเจนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, S.D. = 0.36) รองลงมาคือสามารถเปลี่ยนอาหาร/เครื่องดื่ม ได้ทันที เมื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.63$, S.D. = 0.51) และข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการสะสมคะแนนเพื่อใช้เป็นส่วนลด ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 0.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านบุคลากร (People)

ด้านบุคลากร (People)	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การแต่งกายสะอาด สุภาพ ถูกสุขลักษณะ	271 (67.7)	123 (30.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.66	0.50	มากที่สุด
2. สวมผ้าปิดปาก ผ้ากั้น เบื่อน หมวกคลุมผม และใช้ อุปกรณ์หรือสวมถุงมือขณะปรุง ตัก อาหาร/เครื่องดื่ม	82 (20.4)	307 (76.8)	11 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17	0.44	มาก
3. มีความกระตือรือร้น เต็มใจ และมีความคล่องตัวในการให้บริการ	242 (60.5)	152 (38.0)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.59	0.52	มากที่สุด
4. การตอบข้อซักถาม เกี่ยวกับอาหาร/เครื่องดื่ม ได้ อย่างถูกต้อง	235 (58.7)	151 (37.8)	14 (3.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55	0.56	มากที่สุด
5. มีการกล่าวคำ “ขอบคุณ” เมื่อลูกค้าซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม และกล่าวคำ “ขอโทษ” เมื่อจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ตรงตามความต้องการ	24 (6.0)	370 (92.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04	0.27	มาก
	ภาพรวม					4.40	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านบุคลากร (People) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.24) โดยให้ความสำคัญกับการแต่งกายสะอาด สุภาพ ถูกสุขลักษณะมากที่สุด ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.50) รองลงมาคือความกระตือรือร้น เต็มใจ และมีความคล่องตัวในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.52) และข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการกล่าวคำ “ขอบคุณ” เมื่อลูกค้าซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม และกล่าวคำ “ขอโทษ” เมื่อจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ตรงตามความต้องการ ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการ
(Process)

ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. รับคำสั่งรายการอาหาร/ เครื่องดื่ม ที่ลูกค้าต้องการได้ อย่างถูกต้อง	37 (9.3)	349 (86.4)	17 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.05	0.36	มาก
2. มีความถูกต้องในการ ส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่ม	72 (18.0)	322 (80.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16	0.41	มาก
3. การชำระเงิน/ทอนเงิน รวดเร็ว ถูกต้อง	307 (76.8)	84 (21.7)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.46	มากที่สุด
4. การให้บริการรวดเร็วไม่ ยุ่งยาก ซับซ้อน	15 (3.8)	377 (94.2)	8 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01	0.23	มาก
5. มีการจัดระเบียบก่อน-หลัง	28 (7.0)	363 (90.7)	9 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04	0.30	มาก
ภาพรวม						4.20	0.21	มาก

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.21) โดยให้ความสำคัญกับการชำระเงิน/ทอนเงิน รวดเร็ว ถูกต้องมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$, S.D. = 0.46) รองลงมาคือความถูกต้องในการส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่ม ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.41) และข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการให้บริการรวดเร็วไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ($\bar{x} = 4.01$, S.D. = 0.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ
(Physical Evidence & Presentation)

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation)	ระดับความสำคัญ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ที่ตั้งโรงอาหารมีความเหมาะสมพบเห็นได้ง่าย/สะดวกในการเดินทาง	111 (27.7)	277 (69.3)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24	0.49	มากที่สุด
2. การจัดโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารเพียงพอต่อผู้ให้บริการ ไม่แออัด และมีความสะอาด ไม่มีเศษอาหารร่วงหล่น	234 (58.5)	154 (38.5)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55	0.55	มากที่สุด
3. ร้านค้ามีตู้ครอบอาหารหรือสิ่งปกปิดอาหาร/เครื่องเค็ม ป้องกันสิ่งไม่พึงประสงค์ปะปนลงไปในอาหาร	25 (6.2)	369 (92.3)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04	0.27	มาก
4. ความสะอาดภาชนะสำหรับใส่อาหาร เช่น จาน ชาม ช้อน ส้อม แก้วน้ำ และไม้จิ้มฟัน แยกหัก	112 (28.0)	276 (69.0)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.25	0.49	มากที่สุด
5. มีน้ำสำหรับลวกทำความสะอาดช้อน ส้อมและมีจุดสำหรับเก็บภาชนะเมื่อรับประทานเสร็จ	209 (52.2)	49 (12.3)	142 (35.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16	0.92	มาก
6. มีสถานที่ล้างมือ ห้องน้ำให้บริการ และตั้งอยู่ในที่เหมาะสม	30 (7.5)	358 (89.5)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04	0.32	มาก
	ภาพรวม					4.21	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.24) โดยให้ความสำคัญกับการจัดโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ไม่แออัด และมีความสะอาด ไม่มีเศษอาหารร่วงหล่นมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือความสะอาดภาชนะสำหรับใส่อาหาร เช่น จาน ชาม ช้อน ส้อม แก้วน้ำ และไม้ช้อนดูด แดกหัก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.49) และข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือมีสถานที่ล้างมือ ห้องน้ำ ให้บริการ และตั้งอยู่ในที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.32) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การให้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์การให้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องและด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การให้บริการในภาพรวม

การให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้บริการอย่างเสมอภาค	4.50	0.27	มากที่สุด
2. การให้บริการอย่างทันเวลา	4.45	0.20	มากที่สุด
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ	4.61	0.35	มากที่สุด
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.65	0.33	มากที่สุด
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.62	0.31	มากที่สุด
ภาพรวม	4.58	0.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การให้บริการในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.21) โดยพึงพอใจการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.33) รองลงมาคือด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.31) และข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค

ด้านการให้บริการ อย่างเสมอภาค	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การให้บริการตามลำดับ ก่อน-หลัง	0 (0.0)	394 (98.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.98	0.12	มาก
2. การใช้วัตถุสืบเดียวกันใน การประกอบอาหารโดยไม่ เลือกกว่าเป็นบุคคลภายนอก หรือเจ้าหน้าที่ของ โรงพยาบาล	215 (53.7)	179 (44.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52	0.52	มากที่สุด
3. กรณีที่เป็นผู้ป่วยที่ช่วย ตัวเองได้น้อยหรือเดินไม่ได้ จะช่วยบริการ เสรีไฟให้ที่โต๊ะ	251 (62.7)	143 (35.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61	0.51	มากที่สุด
4. การคิดราคาอาหาร/ เครื่องดื่ม เป็นมาตรฐาน เดียวกัน	364 (91.0)	36 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.91	0.28	มากที่สุด
	ภาพรวม					4.50	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.27) โดยพึงพอใจ การคิดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นมาตรฐานเดียวกันมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.28) รองลงมา คือกรณีที่เป็นผู้ป่วยที่ช่วยตัวเองได้น้อยหรือเดินไม่ได้ จะช่วยบริการ เสรีไฟให้ที่โต๊ะ ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.51) และข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา

ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การเปิดร้าน และปรุงอาหารเสร็จตามเวลาที่กำหนด	394 (98.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.97	0.24	มากที่สุด
2. สามารถส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่มได้ทันที ลูกค้านำมาต้องรอนาน	30 (7.4)	325 (81.3)	45 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96	0.43	มาก
3. เมื่อมีผู้ใช้บริการเข้าแถวรอนาน จะเพิ่มผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น	339 (84.7)	55 (13.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.83	0.41	มากที่สุด
4. มีอาหารจานด่วนสำหรับลูกค้าที่ไม่ต้องการรอนาน	44 (11.0)	339 (84.7)	17 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06	0.38	มาก
ภาพรวม						4.45	0.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.20) โดยพึงพอใจการเปิดร้าน และปรุงอาหารเสร็จตามเวลาที่กำหนดมากที่สุด ($\bar{x} = 4.97$, S.D. = 0.24) รองลงมาคือเมื่อมีผู้ใช้บริการเข้าแถวรอนาน จะเพิ่มผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.41) และข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือสามารถส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่มได้ทันที ลูกค้าไม่ต้องการรอนาน ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.43) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ด้านการให้บริการ อย่างเพียงพอ	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. อาหาร/เครื่องดื่ม มี หลากหลายและเพียงพอต่อ จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	148 (37.0)	246 (61.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.35	0.50	มากที่สุด
2. สถานที่สำหรับนั่ง รับประทานอาหารมีเพียงพอ ต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	292 (73.0)	108 (27.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73	0.44	มากที่สุด
3. อุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหาร หรือคอกอาหารมีเพียงพอ	283 (70.7)	111 (27.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.69	0.49	มากที่สุด
4. สถานที่ล้างมือ/ห้องน้ำ มี เพียงพอ	281 (70.2)	113 (28.3)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.68	0.49	มากที่สุด
ภาพรวม						4.61	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$, S.D. = 0.35) โดยพึงพอใจ สถานที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารมีเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.44) รองลงมาคืออุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารหรือคอกอาหารมีเพียงพอ ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.49) และข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคืออาหาร/เครื่องดื่ม มีหลากหลายและเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เปิดให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ไม่หยุดบ่อย	271 (67.7)	123 (30.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.66	0.50	มากที่สุด
2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นเจ้าเดิม ไม่เปลี่ยนบ่อย	329 (82.2)	65 (16.3)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.80	0.43	มากที่สุด
3. เมื่ออาหาร/เครื่องดื่ม ที่หน้าร้านหมด ผู้ประกอบการจะเติมอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ให้ขาดพร้อมจำหน่าย	344 (86.0)	50 (12.5)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.84	0.40	มากที่สุด
4. ระยะเวลาในการขายอาหารและเครื่องดื่มทุกร้าน จะเปิดให้บริการทั้งวันไม่มีการปิดการจำหน่าย จนกว่าจะปิดโรงอาหาร	127 (31.7)	267 (66.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30	0.49	มากที่สุด
	ภาพรวม					4.65	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พบว่าโดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.33) โดยพึงพอใจเมื่ออาหาร/เครื่องดื่ม ที่หน้าร้านหมด ผู้ประกอบการจะเติมอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ให้ขาดพร้อมจำหน่ายมากที่สุด ($\bar{x} = 4.84$, S.D. = 0.40) รองลงมาคือผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นเจ้าเดิม ไม่เปลี่ยนบ่อย ($\bar{x} = 4.80$, S.D. = 0.43) และข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือระยะเวลาในการขายอาหารและเครื่องดื่มทุกร้านจะเปิดให้บริการทั้งวันไม่มีการปิดการจำหน่าย จนกว่าจะปิดโรงอาหาร ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

ด้านการให้บริการ อย่างก้าวหน้า	ระดับความพึงพอใจ (ร้อยละ)					\bar{x}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีการปรับปรุงร้านอาหาร/ เครื่องดื่มนสถานที่ให้อยู่ใน สภาพถูกหลักอนามัย ไม่ ชำรุด พร้อมใช้งานได้ ตลอดเวลา	173 (43.2)	221 (55.3)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.41	0.52	มากที่สุด
2. มีการประชุม/อบรม ผู้ประกอบการเป็นประจำ เพื่อหาข้อบกพร่อง และนำมา ปรับปรุง	217 (54.2)	133 (33.3)	50 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.41	0.70	มากที่สุด
3. มีการตรวจสอบพนักงาน ที่ทำการจำหน่ายอาหารใน เรื่องสุขภาพอนามัย การแต่ง กาย และการรักษาความ สะอาด อย่างต่อเนื่อง	319 (79.7)	75 (18.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.78	0.44	มากที่สุด
4. จัดให้มีร้านสำหรับ จำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม สำหรับผู้ป่วย หรือผู้ที่ต้อง ควบคุมอาหาร โดยเฉพาะ	361 (90.2)	27 (6.8)	12 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.87	0.41	มากที่สุด
ภาพรวม						4.62	0.31	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$, S.D. = 0.31) โดยพึงพอใจการจัดให้มีร้านสำหรับจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม สำหรับผู้ป่วย หรือผู้ที่ต้องควบคุมอาหาร โดยเฉพาะมากที่สุด ($\bar{x} = 4.87$, S.D. = 0.41) รองลงมาคือมีการตรวจสอบพนักงานที่ทำการจำหน่ายอาหารในเรื่องสุขภาพอนามัย การแต่งกาย และการรักษาความสะอาด อย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.44) และข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือมีการประชุม/อบรม ผู้ประกอบการเป็นประจำ เพื่อหาข้อบกพร่อง และนำมาปรับปรุง ($\bar{x} = 4.41$, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน และในกรณีที่พบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher' Least Significant Difference) กรณีที่ค่านัยสำคัญที่ได้จากการทดสอบมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายถึงมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน

H_0 : เพศของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์
ศิริราชพยาบาลโดยจำแนกตามเพศ

การตัดสินใจใช้บริการ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	p-value
การให้บริการอย่างเสมอภาค	ชาย	4.47	0.27	-1.758	398	0.080
	หญิง	4.52	0.27			
การให้บริการอย่างทันเวลา	ชาย	4.45	0.19	-0.266	398	0.791
	หญิง	4.46	0.21			
การให้บริการอย่างเพียงพอ	ชาย	4.59	0.36	-0.808	398	0.420
	หญิง	4.62	0.33			
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ชาย	4.64	0.36	-0.710	398	0.478
	หญิง	4.66	0.32			
การให้บริการอย่างก้าวหน้า	ชาย	4.59	0.34	-1.252	398	0.211
	หญิง	4.63	0.28			
ภาพรวม	ชาย	4.56	0.23	-1.182	398	0.238
	หญิง	4.59	0.20			

จากตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลโดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศของผู้ใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน

H_0 : อายุของผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุของผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลโดยจำแนกตามอายุ

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S.	F	p-value
การให้บริการอย่างเสมอภาค	ระหว่างกลุ่ม	0.376	3	0.125	1.669	0.173
	ภายในกลุ่ม	29.727	396	0.075		
	รวม	30.103	399			
การให้บริการอย่างทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	0.178	3	0.059	1.358	0.255
	ภายในกลุ่ม	17.308	396	0.044		
	รวม	17.486	399			
การให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	0.178	3	0.059	0.480	0.697
	ภายในกลุ่ม	49.041	396	0.124		
	รวม	49.219	399			

ตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล โดยจำแนกตามอายุ (ต่อ)

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S.	F	p-value
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.488	3	0.163	1.413	0.238
	ภายในกลุ่ม	45.542	396	0.115		
	รวม	46.030	399			
การให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	0.292	3	0.097	1.007	0.390
	ภายในกลุ่ม	38.330	396	0.097		
	รวม	38.623	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.169	3	0.056	1.222	0.301
	ภายในกลุ่ม	18.247	396	0.046		
	รวม	18.416	399			

จากตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาล โดยจำแนกตามอายุ พบว่า อายุของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 กลุ่มผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลแตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มผู้ใช้บริการของผู้ให้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลโดยจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S.	F	p-value
การให้บริการอย่างเสมอภาค	ระหว่างกลุ่ม	0.904	2	0.452	6.144	0.002*
	ภายในกลุ่ม	29.199	397	0.074		
	รวม	30.103	399			
การให้บริการอย่างทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	0.264	2	0.132	3.045	0.049*
	ภายในกลุ่ม	17.222	397	0.043		
	รวม	17.486	399			
การให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	0.370	2	0.185	1.503	0.224
	ภายในกลุ่ม	48.850	397	0.123		
	รวม	49.219	399			
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.914	2	0.457	4.022	0.019*
	ภายในกลุ่ม	45.116	397	0.114		
	รวม	46.030	399			
การให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	0.043	2	0.021	0.220	0.802
	ภายในกลุ่ม	38.580	397	0.097		
	รวม	38.622	399			

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์
ศิริราชพยาบาล โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ (ต่อ)

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S.	F	p-value
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.243	2	0.121	2.652	0.072
	ภายในกลุ่ม	18.173	397	0.046		
	รวม	18.416	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการของโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของของฟิชเชอร์ (Fisher' Least Significant Difference) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราช
พยาบาล ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นรายคู่

กลุ่มผู้ใช้บริการ	\bar{X}	นักศึกษาวิทยาเขตศิริราช	เจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช	ผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย
การให้บริการอย่างเสมอภาค				
นักศึกษาวิทยาเขตศิริราช	4.46	-	-0.029 (0.357)	-0.116 (0.001*)
เจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช	4.49	-	-	-0.086 (0.010*)
ผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย	4.57	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคโดยจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นนักศึกษาวิทยาเขตศิริราชและเจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราชจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคต่ำกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ด้านการให้บริการอย่างทันเวลาโดยจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นรายคู่

กลุ่มผู้ใช้บริการ	\bar{X}	นักศึกษาวิทยาเขตศิริราช	เจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช	ผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย
การให้บริการอย่างทันเวลา				
นักศึกษาวิทยาเขตศิริราช	4.42	-	-0.060 (0.015*)	-0.025 (0.328)
เจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช	4.48	-	-	0.035 (0.172)
ผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย	4.45	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลด้านการให้บริการอย่างทันเวลาโดยจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นนักศึกษาวิทยาเขตศิริราชจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลาต่ำกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราช
พยาบาล ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องโดยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการเป็นรายคู่

กลุ่มผู้ให้บริการ	\bar{X}	นักศึกษาวิทยา เขตศิริราช	เจ้าหน้าที่คณะฯ/ โรงพยาบาลศิริราช	ผู้ป่วย/ญาติ ผู้ป่วย
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง				
นักศึกษาวิทยาเขตศิริราช	4.58	-	-0.101 (0.012*)	-0.102 (0.017*)
เจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช	4.68	-	-	-0.001 (0.972)
ผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย	4.68	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องโดยจำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการเป็นรายคู่พบว่า ผู้ให้บริการที่เป็นนักศึกษาวิทยาเขตศิริราชและเจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราชจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องต่ำกว่าผู้ให้บริการที่เป็นผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราช
พยาบาล โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	S.S.	df	M.S.	F	p-value
การให้บริการอย่างเสมอภาค	ระหว่างกลุ่ม	0.175	4	0.044	0.578	0.679
	ภายในกลุ่ม	29.927	395	0.076		
	รวม	30.103	399			
การให้บริการอย่างทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	0.144	4	0.036	0.817	0.515
	ภายในกลุ่ม	17.343	395	0.044		
	รวม	17.486	399			
การให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	0.214	4	0.053	0.430	0.787
	ภายในกลุ่ม	49.006	395	0.124		
	รวม	49.219	399			
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.361	4	0.090	0.781	0.538
	ภายในกลุ่ม	45.669	395	0.116		
	รวม	46.030	399			
การให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	.438	4	0.110	1.134	0.340
	ภายในกลุ่ม	38.184	395	0.097		
	รวม	38.622	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.057	4	0.014	0.305	0.874
	ภายในกลุ่ม	18.359	395	0.046		
	รวม	18.416	399			

จากตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

H_0 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

H_1 : ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์หรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม จึงเลือกใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) ได้ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	B	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.612	0.430		8.393	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	-0.126	0.049	-0.126	-2.547	0.011*
ด้านราคา (Price)	0.121	0.051	0.127	2.373	0.018*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.157	0.037	0.233	4.267	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.033	0.062	0.026	0.531	0.595
ด้านบุคลากร (People)	0.078	0.046	0.088	1.693	0.091
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	0.072	0.053	0.073	1.359	0.175
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation)	-0.110	0.046	-0.124	-2.375	0.018*
R = 0.349, Adjust R ² = 0.106, F = 7.755, p < 0.05					

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล พบว่าตัวแปรปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดสามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ได้ประมาณร้อยละ 10.6 ($\text{Adjust } R^2 = 0.106$) ที่เหลืออีกร้อยละ 89.4 เป็นผลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลมากที่สุด ($\beta = 0.233, t = 4.267$) รองลงมาคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ($\beta = 0.127, t = -2.373$) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\beta = -0.126, t = -2.547$) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ($\beta = -0.124, t = -2.375$) ตามลำดับ สรุปได้ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.3 กลุ่มผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลเป็นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative analysis) โดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลและมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
3. เพื่อศึกษาปัญหา และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

ประชากรกลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติที่ใช้สำหรับข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มี 2 กลุ่ม โดยใช้ค่า t-test และเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) และถ้าพบว่าปัจจัยใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher's LSD procedure) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและให้ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเป็นเจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราชมากที่สุดและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร (People) มากที่สุด รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ตามลำดับ รายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่ใช้ปรุงร้ง จัดทำอาหาร/เครื่องดื่ม มีความสดใหม่ มีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือเครื่องปรุงร้งมีความสะอาด มีช้อนกลางสำหรับตัก และมีที่ปกปิดกันแมลงและข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือความสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคา (Price) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดราคากลางให้ร้านค้าทุกร้านถือปฏิบัติ ไม่จำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม เกินราคาที่ตั้งไว้มากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคาและข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือปริมาณอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคา ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับร้านค้ามีความหลากหลาย มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือการจัดอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ต้องผ่านขั้นตอนที่ยุ่งยาก ชับช้อนและข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือบริการจัดส่งอาหาร/เครื่องดื่ม เมื่อใช้วิธีโทรศัพท์ ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับป้ายชื่อร้าน และมีป้ายแนะนำความรู้ทางโภชนาการอย่างชัดเจนมากที่สุด รองลงมาคือสามารถเปลี่ยนอาหาร/เครื่องดื่ม ได้ทันที เมื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าและข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการสะสมคะแนนเพื่อใช้เป็นส่วนลด ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านบุคลลากร (People) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการแต่งกายสะอาด สุภาพ ถูกสุขลักษณะมากที่สุด รองลงมาคือความกระตือรือร้น เต็มใจ และมีความคล่องตัวในการให้บริการและข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการกล่าวคำ “ขอบคุณ” เมื่อลูกค้าซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม และกล่าวคำ “ขอโทษ” เมื่อจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการชำระเงิน/ทอนเงิน รวดเร็ว ถูกต้องมากที่สุด รองลงมาคือความถูกต้องในการส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่มและข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการให้บริการรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน ตามลำดับ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการจัดโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ไม่แออัด และมีความสะอาด ไม่มีเศษอาหารร่วงหล่นมากที่สุด รองลงมาคือความสะอาดภาชนะสำหรับใส่อาหาร เช่น จาน ชาม ช้อน ส้อม แก้วน้ำ และไม้ช้อน แเดกหักและข้อที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือมีสถานที่ล้างมือ ห้องน้ำ ให้บริการ และตั้งอยู่ในที่เหมาะสม ตามลำดับ

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าและข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ตามลำดับ รายละเอียดแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการคิดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นมาตรฐานเดียวกันมากที่สุด รองลงมาคือกรณีที่เป็นผู้ป่วยที่ช่วยตัวเองได้น้อยหรือเดินไม่ได้ จะช่วยบริการ เสริฟให้ที่โต๊ะ และข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ตามลำดับ

การให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการเปิดร้าน และปรุงอาหารเสร็จตามเวลาที่กำหนดมากที่สุด รองลงมาคือเมื่อมีผู้ใช้บริการเข้าแถวรอนาน จะเพิ่มผู้ให้บริการเพิ่มขึ้นและข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือสามารถส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่มได้ทันที ลูกค้าไม่ต้องรอนาน ตามลำดับ

การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจสถานที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารมีเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคืออุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหารหรือตักอาหารมีเพียงพอและข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคืออาหาร/เครื่องดื่ม มีหลากหลายและเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ ตามลำดับ

การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจเมื่ออาหาร/เครื่องดื่ม ที่หน้าร้านหมด ผู้ประกอบการจะเติมอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ให้ขาดพร้อมจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นเจ้าเดิม ไม่เปลี่ยนแปลงและข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือระยะเวลาในการขายอาหารและเครื่องดื่มทุกร้านจะเปิดให้บริการทั้งวัน ไม่มีการปิดการจำหน่ายจนกว่าจะปิดร้านอาหาร ตามลำดับ

การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการจัดให้มีร้านสำหรับจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม สำหรับผู้ป่วยหรือผู้ที่ต้องควบคุมอาหาร โดยเฉพาะมากที่สุด รองลงมาคือมีการตรวจสอบพนักงานที่ทำการจำหน่ายอาหารในเรื่องสุขภาพอนามัย การแต่งกาย และการรักษาความสะอาด อย่างต่อเนื่องและข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือมีการประชุม/อบรม ผู้ประกอบการเป็นประจำ เพื่อหาข้อบกพร่อง และนำมาปรับปรุง ตามลำดับ

เพศของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ผู้ใช้บริการที่เป็นนักศึกษาวิทยาเขตศิริราชและเจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราชจะมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคต่ำกว่าผู้ให้บริการที่เป็นผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ผู้ให้บริการที่เป็นนักศึกษาวิทยาเขตศิริราชจะมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลาต่ำกว่าผู้ให้บริการที่เป็นผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้บริการที่เป็นนักศึกษาวิทยาเขตศิริราชและเจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช

จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องต่ำกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตัวแปรปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดสามารถอธิบายการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ได้ประมาณร้อยละ 10.6 โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ตามลำดับ สรุปได้ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อบริการทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร (People) มากที่สุด รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่ใช้ปรุง จัดทำอาหาร/เครื่องดื่ม มีความสดใหม่ มีคุณภาพมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ Zeithaml and Bitner. (2000 : 18-20 อ้างถึงในคนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สินค้าและ/หรือบริการและส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าและ/หรือบริการนั้นต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเรื่องผลิตภัณฑ์นั้น ควรมีการพัฒนาสินค้าตัวใหม่และมี

การจัดการกับระบบการผลิตสินค้าทั้งหมดและสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดนุรัตน์ ใจดี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคา (Price) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดราคากลางให้ร้านค้าทุกร้านถือปฏิบัติ ไม่จำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม เกินราคาที่ตั้งไว้มากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ Zeithaml and Bitner. (2000 : 18-20 อ้างถึงใน ดนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่าราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการในรูปของเงินตรา ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ฉะนั้นต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม เพราะราคาเป็นกลไกที่สำคัญทางการตลาด มีความยืดหยุ่นสูงมาก และเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจของผู้บริโภค

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับร้านค้ามีความหลากหลาย มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ Zeithaml and Bitner. (2000 : 18-20 อ้างถึงใน ดนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่าช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมาย กล่าวคือผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถมีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ณ ที่ใดที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม และสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็วรวมถึงมีการกำหนดช่องทางการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมและเหมาะสม เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึงและสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กฤษณา โสมนะพันธุ์ และคณะฯ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านรับประทานอาหารคือปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ ทำเลที่ตั้งร้าน การเดินทางที่สะดวก

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับป้ายชื่อร้าน และมีป้ายแนะนำความรู้ทางโภชนาการอย่างชัดเจนมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ Zeithaml and Bitner. (2000 : 18-20 อ้างถึงใน ดนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่า

การส่งเสริมการตลาด Promotion เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสาร
 จูงใจ เตือนความทรงจำของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ และยังเป็นการขายความคิดความ
 เข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/บริการ ให้แก่ลูกค้าในตลาดเป้าหมายให้ได้รับรู้ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมี
 อิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บอก นอกจากนี้ยังทำให้ลูกค้า ในกลุ่มเป้าหมายมีความ
 มั่นใจว่า ผู้ขายสินค้าและ/หรือบริการที่ลูกค้าต้องการ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านบุคลากร (People) พบว่า โดยรวมกลุ่ม
 ตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการแต่งกายสะอาด สุภาพ
 ถูกสุขลักษณะมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ
 Zeithaml and Bitner. (2000 : 18-20 อ้างถึงในดนตรีรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่าบุคลากร (People)
 คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมดของกิจการ ซึ่งหมายความรวมทั้งลูกค้าและบุคลากรที่
 คอยให้บริการจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ มีทัศนคติที่ดี มีความคิดริเริ่ม สามารถ
 ในแก้ไขปัญหา ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ ฉะนั้นคุณภาพการบริการทั้งหมด
 ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้
 แตกต่างเหนือจากคู่แข่งอื่น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้ และสามารถสร้าง
 ค่านิยมให้กับธุรกิจห้างสรรพสินค้าอีกด้วย

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า
 โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการชำระเงิน/ทอนเงิน
 รวดเร็ว ถูกต้องมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ
 Zeithaml and Bitner. (2000 : 18-20, อ้างถึงในดนตรีรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่ากระบวนการ
 ให้บริการ (Process) คือ ระเบียบวิธีปฏิบัติหรือขั้นตอนคุณภาพให้บริการที่ส่งมอบการให้บริการกับ
 ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ประทับใจลูกค้า ซึ่งจะพิจารณา 2 ด้าน คือ ความซับซ้อน (Complexity) จะต้อง
 พิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการให้บริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็ว
 ในการรับบริการ ระยะเวลาในการรับบริการและความหลากหลาย (Divergence) ต้องพิจารณาถึง
 ความมีอิสระ ความยืดหยุ่นและความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับของการทำงานได้
 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพ์ชนก พรหมจรรย์ และคณะฯ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มี
 ผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมสวนดุสิต เฟลส กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้
 ที่มาใช้บริการ จำนวน 100 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ขั้นตอนการให้บริการคือพนักงานมีความ
 รวดเร็ว ในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและบริการด้วยใจพร้อมรอยยิ้ม ขั้นตอนการให้บริการ
 ชัดเจน และรวดเร็ว

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการจัดโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ไม่แออัด และมีความสะอาด ไม่มีเศษอาหารร่วงหล่นมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ Zeithaml and Bitner. (2000 : 18-20 อ้างถึงในคนุรัตน์ ใจดี, 2553 : 29) กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการการออกแบบ ตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคารและลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการอย่างชัดเจนรวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มีไว้ให้บริการด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการได้และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิเศษศักดิ์ ยืนยง (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคบริเวณพื้นที่รอบ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการอยู่ในระดับมาก

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าและข้อที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า

การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการคิดราคาอาหาร เครื่องดื่ม เป็นมาตรฐานเดียวกันมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการของ มิลเลอร์ (Miller 1959 อ้างถึงในอัฐพล สมศรีรัฐกิจ, 2554 : 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการว่าควรพิจารณาจากการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equalable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานบริการเดียวกัน

การให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการเปิดร้าน และปรุงอาหารเสร็จตามเวลาที่กำหนดมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการของ มิลเลอร์ (Miller 1959 อ้างถึงในอัฐพล สมศรีรัฐกิจ, 2554 : 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถใน

การสร้างคามพึงพอใจให้กับผู้รับบริการว่าควรพิจารณาจากการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึงในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผล ถ้าไม่ตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจสถานที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารมีเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการของ มิลเลอร์ (Miller 1959 อ้างถึงในอัฐพล สมศรีรัฐกิจ, 2554 : 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการว่าควรพิจารณาจากการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มิลเลอร์ เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลา จะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจเมื่ออาหาร/เครื่องดื่ม ที่หน้าร้านหมด ผู้ประกอบการจะเติมอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ให้ขาดพร้อมจำหน่ายมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการของ มิลเลอร์ (Miller 1959 อ้างถึงในอัฐพล สมศรีรัฐกิจ, 2554 : 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการว่าควรพิจารณาจากการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพึงพอใจการจัดให้มีร้านสำหรับจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม สำหรับผู้ป่วย หรือผู้ที่ต้องควบคุมอาหาร โดยเฉพาะมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดด้านบริการและความพึงพอใจในการให้บริการของ มิลเลอร์ (Miller 1959 อ้างถึงในอัฐพล สมศรีรัฐกิจ, 2554 : 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการว่าควรพิจารณาจากการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

เพศของผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วันวิสาข์ อยู่เปี่ยม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงอาหารภายในมหาวิทยาลัยของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศของนิสิตไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ

อายุของผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรียฐ์ อนุคุณนาการ (2546) ได้ศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านอาหารจีฟี่เคทเซ็น (บายท์อปส์) ในสถานบริการน้ำมันเจ็ท พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

กลุ่มผู้ใช้บริการของผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปิยะธิดา ขจรชัยกุล และสุภัทร์ ไชยกุล (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจในการใช้โรงอาหาร:กรณีศึกษาโรงอาหารคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ประเภทผู้ใช้บริการที่เป็นบุคคลภายในคณะสาธารณสุขศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านสุขาภิบาลอาหารและความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.025$ และ $p = 0.014$ ตามลำดับ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นันทิ์ เฟิงพุ่ม (2547) ได้ศึกษา เรื่อง ปัญหาการใช้บริการศูนย์อาหารของบุคลากรกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า บุคลากรกระทรวงศึกษาธิการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการใช้บริการในศูนย์อาหารโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดนุรัตน์ ใจดี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหาร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการร้านอาหารบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ ร้านอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล สามารถให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะผลที่ได้จากการศึกษา

1.1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการร้านค้าและผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการควบคุมการคัดเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ปรุงอาหารอยู่เสมอและมีการติดตามและประเมินผลมาตรฐานในการคัดเลือกวัตถุดิบอย่างเคร่งครัด

1.2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการร้านค้าและผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการแสดงราคากลางของสินค้าทุกประเภทที่จำหน่ายไว้ในสถานที่ที่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการสามารถตรวจสอบได้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการตรวจสอบการตั้งราคาอยู่เสมอด้วย

1.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการสำรวจความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับประเภทอาหารที่ลูกค้าต้องการให้มีจำหน่ายเพิ่มเติมภายในโรงพยาบาล เพื่อสร้างความหลากหลายในการเลือกใช้บริการได้ต่อไป

1.4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการแสดงป้ายชื่อร้านและรายละเอียดด้านโภชนาการของรายการอาหารแต่ละชนิดอย่างละเอียด ซึ่งอาจแสดงข้อมูลลักษณะการบริโภคที่เหมาะสมและถูกสุขลักษณะได้อีกทางหนึ่งด้วย

1.5 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านบุคลากร (People) ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการกำหนดเป็นมาตรฐานในการแต่งกายของพนักงานให้บริการ

ซึ่งควรมีข้อกำหนดในการให้พนักงานให้บริการแต่งกายให้เหมาะสมและสอดคล้องกับงานให้บริการ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.6 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการให้ผู้จำหน่ายจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการชำระเงินให้กับลูกค้า ซึ่งกระบวนการให้บริการชำระเงินของลูกค้า ผู้ขายควรดำเนินการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

1.7 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการจัดให้มีจำนวนโต๊ะเก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งควรจัดในลักษณะที่ทำให้ผู้บริกรู้สึกไม่แออัด รวมถึงการรักษาความสะอาดบริเวณโดยรอบอยู่เสมอ

1.8 การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการปรับปรุงลำดับการให้บริการกับลูกค้าตามลำดับก่อนหลังอย่างเคร่งครัด รวมถึงการให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความรวดเร็วอย่างเท่าเทียมกัน

1.9 การให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่มได้ทันที ไม่ให้ลูกค้าไม่ต้องรอนาน ทั้งนี้อาจจะต้องเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการให้เพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการในแต่ละช่วงเวลาด้วย

1.10 การให้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการจัดให้มีอาหาร/เครื่องดื่ม ที่หลากหลายและเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งผู้จำหน่ายสามารถคำนวณปริมาณจำนวนลูกค้าเพื่อให้สามารถจัดหาปริมาณอาหารและเครื่องดื่มให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

1.11 การให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มระยะเวลาในการให้บริการให้สอดคล้องกับระยะเวลาการปิดร้านอาหาร ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้ตลอดระยะเวลาที่ร้านอาหารเปิดให้บริการ

1.12 การใช้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยการจัดให้มีการประชุม/อบรม ผู้ประกอบการเป็นประจำ เพื่อหาข้อบกพร่อง และนำมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ซึ่งอาจเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการในด้านอื่น ๆ เช่น คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่ผู้ประกอบการทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริหารสามารถปรับปรุงการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ต่อไป



รายการอ้างอิง

- กฤษฎา โสมนะพันธ์. (2556) แรงจูงใจในการรับประทานอาหารไทยนอกบ้านของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ.
- กัณครีษฐา แสงกิจ. (2554) “กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์จังหวัดสมุทรสงคราม.” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- โกมล ปานแจ่ม. (2554) “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.” สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คนูรัตน์ ใจดี. (2553) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543) ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปริญญา บัวทอง. (2545) “ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของร้าน ชิคเก้น ทริท สาขา ฟิวเจอร์ พาร์ค รังสิต.” วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ปิยะธิดา ขจรชัยกุล. (2554) พฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจในการใช้โรงอาหาร : กรณีศึกษา โรงอาหารคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารสาธารณสุขศาสตร์ ฉบับพิเศษ ๘๔ พรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช.
- พิมพ์ชนก พรหมจรรย์ และคณะ. (2556) “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมสวนดุสิต เฟลส กรุงเทพมหานคร.” งานวิจัยนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

พิเศษศักดิ์ ยืนยง. (2553) “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคบริเวณพื้นที่รอบมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

รัชনীวรรณ วัฒนปริญญา. (2556) การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการตลาด และการสื่อสาร ปีที่ 1 ฉบับที่ 2, เมษายน – มิถุนายน.

วันวิสาข์ อยู่เปี่ยม. (2552) “ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี.” สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสถิติภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

วิจิตรา ยวดยิ่ง. (2553) “การบริหารจัดการพื้นที่อาคารร้านอาหาร (ส่วนรับประทานอาหาร) ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด.” สารนิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารทรัพยากรอาคาร คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สมิต สัชฌุกร. (2546) การต้อนรับและการบริการเป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์สายธาร.

สุนนา อยู่โพธิ์. (2544) ตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร.

อภิญา ภัทรพรพิสิฐ. (2553) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี.” สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อัญชลี ฐิติวโรดม. (2550) “สภาพการให้บริการของร้านอาหารใหญ่มหาวิทยาลัยรามคำแหง.” สารนิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล**

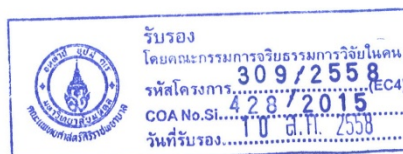
คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาวิจัย ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงต่อไป ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามตรงตามความรู้ สึก ความคิดเห็น และความเป็นจริงของท่านมากที่สุด ซึ่งข้อความแต่ละข้อถือเป็นสิทธิเฉพาะบุคคลของผู้ตอบเอง และจะไม่มีผลเสียหายใด ๆ ต่อท่านทั้งสิ้น โดยลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

นางสาวภาวดี เสาะแสวง

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน
คณะวิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร



ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

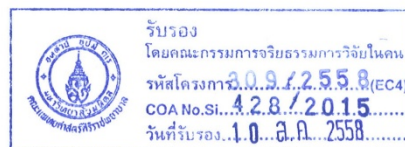
() 20 - 30 ปี () 31 - 40 ปี
() 41 - 50 ปี () 51 ขึ้นไป

3. กลุ่มผู้ใช้บริการ

() นักศึกษาวิชาเขตศิริราช () เจ้าหน้าที่คณะฯ/โรงพยาบาลศิริราช
() ผู้ป่วย/ญาติผู้ป่วย () อื่น ๆ

4. รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 () 10,001 - 20,000 บาท
() 20,001 - 30,000 บาท () 30,001 - 40,000 บาท
() มากกว่า 40,000 บาท

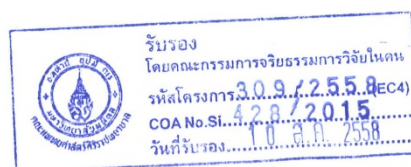


ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาล
คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

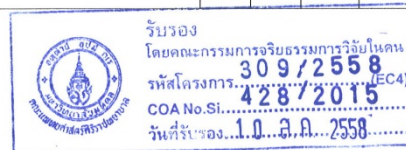
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่มีผลต่อการใช้บริการของท่าน
มากที่สุด กรุณาตอบเพียงคำตอบเดียว โดยให้ค่าคะแนน ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

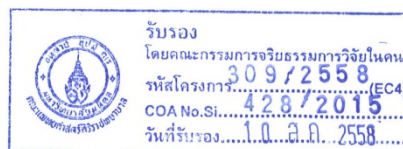
ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ โรงพยาบาลศิริราชพยาบาล	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อ การใช้บริการ				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1	วัตถุดิบที่ใช้ปรุง จัดทำอาหาร/เครื่องดื่ม มีความสด ใหม่ มีคุณภาพ					
2	ความสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม					
3	รสชาติของอาหาร/เครื่องดื่ม					
4	คุณค่าทางโภชนาการของอาหาร/เครื่องดื่ม					
5	เครื่องปรุงรสมีความสะอาด มีช้อนกลางสำหรับตัก และมีที่ปิดปิด กันแมลง					
ด้านราคา (Price)						
1	ปริมาณอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคา					
2	คุณภาพอาหาร/เครื่องดื่ม เหมาะสมกับราคา					
3	มีราคาหลากหลาย ให้เลือกเหมาะสมกับอาหาร/เครื่องดื่ม					
4	ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ต่ำกว่าร้านอาหารภายนอก					
5	มีการกำหนดราคากลางให้ร้านค้าทุกร้านถือปฏิบัติ ไม่จำหน่าย อาหาร/เครื่องดื่ม เกินราคาที่ตั้งไว้					



ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการ โรงพยาบาลสุวดีการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อ การให้บริการ				
		5	4	3	2	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
1	ร้านค้ามีความหลากหลาย มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ					
2	อาหาร/เครื่องดื่ม ที่จำหน่ายมีเพียงพอ					
3	บริการจัดส่งอาหาร/เครื่องดื่ม เมื่อใช้วิธี โทรศัพท์					
4	การซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ต้องผ่านขั้นตอนที่ยุ่งยาก ซับซ้อน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
1	มีป้ายชื่อร้าน และมีป้ายแนะนำความรู้ทางโภชนาการอย่างชัดเจน					
2	แสดงรายการอาหาร/เครื่องดื่ม และราคา แสดงให้เห็นชัดเจน					
3	มีการจัดกิจกรรม โปร โมชั่น เช่น การลดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม การสะสมคะแนนเพื่อใช้เป็นส่วนลด					
4	สามารถเปลี่ยนอาหาร/เครื่องดื่ม ได้ทันที เมื่อไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า					
ด้านบุคลากร (People)						
1	การแต่งกายสะอาด สุภาพ ถูกสุขลักษณะ					
2	สวมผ้าปิดปาก ผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม และใช้อุปกรณ์หรือสวม ถุงมือขณะปรุง ตัก อาหาร/เครื่องดื่ม					
3	มีความกระตือรือร้น เต็มใจ และมีความคล่องตัวในการให้บริการ					
4	การตอบข้อซักถามเกี่ยวกับอาหาร/เครื่องดื่ม ได้อย่างถูกต้อง					
5	มีการกล่าวคำ “ขอบคุณ” เมื่อลูกค้าซื้ออาหาร/เครื่องดื่ม และกล่าวคำ “ขอโทษ” เมื่อจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ตรงตามความต้องการ					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)						
1	รับคำสั่งรายการอาหาร/เครื่องดื่ม ที่ลูกค้าต้องการ ได้อย่างถูกต้อง					
2	มีความถูกต้องในการส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่ม					
3	การชำระเงิน/ทอนเงิน รวดเร็ว ถูกต้อง					
4	การให้บริการรวดเร็วไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน					
5	มีการจัดระเบียบก่อน-หลัง					



ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อ การให้บริการ				
		5	4	3	2	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation)						
1	ที่ตั้งโรงอาหารมีความเหมาะสมพบเห็นได้ง่าย/สะดวกในการเดินทาง					
2	การจัดโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทานอาหารเพียงพอต่อผู้ให้บริการ ไม่แออัด และมีความสะอาด ไม่มีเศษอาหารร่วงหล่น					
3	ร้านค้ามีตู้ครอบอาหาร หรือสิ่งปกปิดอาหาร/เครื่องคั้น ป้องกันสิ่งไม่พึงประสงค์ปะปนลงไปในอาหาร					
4	ความสะอาดภาชนะสำหรับใส่อาหาร เช่น จาน ชาม ช้อน ส้อม แก้ว น้ำ และไม้ช้อน ตัก					
5	มีน้ำสำหรับลวกทำความสะอาดช้อน ส้อม และมีจุดสำหรับเก็บภาชนะเมื่อรับประทานเสร็จ					
6	มีสถานที่ล้างมือ ห้องน้ำ ให้บริการ และตั้งอยู่ในที่เหมาะสม					

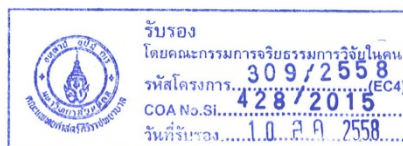


ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์
ศิริราชพยาบาล

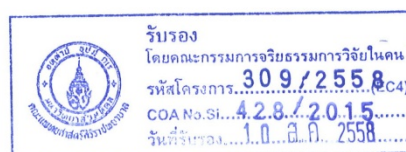
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตรงกับความรู้สึก ความคิดเห็น และความเป็นจริงของ
ท่านมากที่สุด กรุณาตอบเพียงคำตอบเดียว โดยให้ค่าคะแนน ดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

ข้อที่	การบริการ	ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อ การบริการ				
		5	4	3	2	1
การให้บริการอย่างเสมอภาค						
1	การให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง					
2	การใช้วัสดุบริบทเดียวกันในการประกอบอาหาร โดยไม่เลือกกว่าเป็น บุคคลภายนอก หรือเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล					
3	กรณีที่เป็นผู้ป่วยที่ช่วยตัวเองได้น้อยหรือเดินไม่ได้ จะช่วยบริการ เสริฟให้ที่โต๊ะ					
4	การคิดราคาอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นมาตรฐานเดียวกัน					
การให้บริการอย่างทันเวลา						
1	การเปิดร้าน และปรุงอาหารเสร็จตามเวลาที่กำหนด					
2	สามารถส่งมอบอาหาร/เครื่องดื่มได้ทันที ลูกค้าไม่ต้องรอนาน					
3	เมื่อมีผู้ใช้บริการเข้าแถวรอนาน จะเพิ่มผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น					
4	มีอาหารจานด่วนสำหรับลูกค้าที่ไม่ต้องการรอนาน					




ข้อที่	การบริการ	ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อ การใช้บริการ				
		5	4	3	2	1
การให้บริการอย่างเพียงพอ						
1	อาหาร/เครื่องดื่ม มีหลากหลายและเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ					
2	สถานที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารมีเพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ					
3	อุปกรณ์ที่ใช้ใส่อาหาร หรือคอกอาหารมีเพียงพอ					
4	สถานที่ล้างมือ/ห้องน้ำ มีเพียงพอ					
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง						
1	ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เปิดให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ไม่หยุดบ่อย					
2	ผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นเจ้าเดิม ไม่เปลี่ยนบ่อย					
3	เมื่ออาหาร/เครื่องดื่ม ที่หน้าร้านหมด ผู้ประกอบการจะเติมอาหาร/เครื่องดื่ม ไม่ให้ขาดพร้อมจำหน่าย					
4	ระยะเวลาในการขายอาหารและเครื่องดื่มทุกร้านจะเปิดให้บริการทั้งวัน ไม่มีการปิดการจำหน่าย จนกว่าจะปิดโรงอาหาร					
การให้บริการอย่างก้าวหน้า						
1	มีการปรับปรุงร้านอาหาร/เครื่องดื่ม สถานที่ ให้อยู่ในสภาพถูกหลักอนามัย ไม่ชำรุด พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา					
2	มีการประชุม/อบรม ผู้ประกอบการเป็นประจำ เพื่อหาข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุง					
3	มีการตรวจสอบพนักงานที่ทำการจำหน่ายอาหาร ในเรื่องสุขภาพอนามัย การแต่งกาย และการรักษาความสะอาด อย่างต่อเนื่อง					
4	จัดให้มีร้านสำหรับจำหน่ายอาหาร/เครื่องดื่ม สำหรับผู้ป่วย หรือผู้ที่ต้องควบคุมอาหาร โดยเฉพาะ					



ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....
.....
.....
.....

****ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม****


รับรอง
โดยคณะกรรมการจรรยาบรรณการวิจัยในคน
รหัสโครงการ... 309/2558 (EC4)
COA No. Si... 428/2015
วันที่รับแจ้ง... 10 ส.ค. 2558

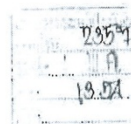
4.3.10 EXPEDITED REVIEW

309/2558 (EC 4)

ปทุม 26 ส.ย. 2558

สำหรับนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ของมหาวิทยาลัยอื่น

เอกสารหมายเลข 1ค



คณะแพทยศาสตร์พระจอมเกล้า
รับที่ 16310
วันที่ 29 เม.ย. 2558
เวลา

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ ศธ 0520.303.1 / 0222

วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ดำเนินการวิจัย

เรียน คณบดีคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

หน่วยวิจัยธรรมการวิจัยในคน
คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
เลขที่รับ... 311
รหัสโครงการ.....
วันที่..... 15 พ.ค. 2558

ด้วยนางสาวภาวดี เลาะแลวง นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ซึ่งอยู่ในความควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณี เติญ โดยการศึกษาวิจัยนี้นักศึกษาจะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 จนกว่าจะแล้วเสร็จ และขอส่งโครงการนี้เพื่อขอการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน โดยได้แนบเอกสารประกอบมาดังนี้

- | | |
|--|-------|
| 1. ประวัติส่วนตัว/ผลงานของอาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา (Curriculum vitae) | 4 ชุด |
| 2. แบบเสนอโครงการวิจัย (SIRB Submission form) ภาษาไทย | 4 ชุด |
| 3. โครงการวิจัยฉบับภาษาไทย (Thai version protocol) | 4 ชุด |
| 4. แบบสอบถาม (Questionnaire) | 4 ชุด |
| 5. ใบรับรองการสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ | 4 ชุด |
| 6. แผ่น CD บรรจุข้อมูลเอกสารข้อ 1-5 | 1 ชุด |

หมายเหตุ เอกสารจำนวน 4 ชุด โดยเป็นตัวจริง 1 ชุด และสำเนา 3 ชุด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์

① เวียน รองคณบดีฝ่ายวิจัย

เพื่อโปรดพิจารณา

รศ. นพ.อภิชาติ คุ้มมงคลกุล
รองคณบดีฝ่ายบริหาร
30 เม.ย. 2558

เอกสารหมายเลข 1ค, Version 4, กุมภาพันธ์ 2552

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพนธ์ หอมสุด)

รองคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษาและวิจัย

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

② เวียน ประธานคณะกรรมการวิจัยขอมา

เพื่อไปทบทวน

ศ.ดร.หญิงรังผึ้ง สุทธิธรรม

รองคณบดีฝ่ายวิจัย

12 พ.ค. 2558



หน่วยจรรยาบรรณการวิจัยในคน
คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
อาคารเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐
ชั้น 2 โทร. 0 2419 2667-72 โทรสาร. 0 2411 0162

ที่ ศธ 0517.071/EC 003870

วันที่ 17 ก.ค. 2558

เรื่อง ขอส่งเอกสารรับรองและเอกสารที่เกี่ยวข้องสำหรับโครงการวิจัย

เรียน นางสาวดาริ เสาะแสวง

สิ่งที่ส่งมาด้วย : แนวทางการปฏิบัติ 11 ข้อ สำหรับ โครงการวิจัยที่ได้รับการรับรองแล้ว

ในนามของคณะกรรมการจรรยาบรรณการวิจัยในคน ขอแสดงความยินดีที่โครงการวิจัยของท่าน เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการ โรงอาหารสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล” รหัสโครงการ 309/2558(EC4) ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจรรยาบรรณการวิจัยในคนแล้ว เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2558 ดังนั้นจึงขอส่งเอกสารรับรอง (Certificate of Approval หรือ COA) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และเอกสารแนบอื่นๆ ดังเอกสารแนบ มายังท่าน

พร้อมกันนี้คณะกรรมการจรรยาบรรณการวิจัยในคนได้ส่งแนวทางการปฏิบัติสำหรับโครงการวิจัยที่ได้รับการรับรองแล้ว 11 ข้อ ซึ่งหัวหน้าโครงการวิจัยจะต้องปฏิบัติและดูแลให้ผู้วิจัยร่วมหรือผู้ช่วยผู้วิจัยทุกท่านปฏิบัติตามด้วย ตามเอกสารที่ส่งมาด้วย (สีชมพู)

คณะกรรมการจรรยาบรรณการวิจัยในคน ขออำนวยการให้ท่านประสบความสำเร็จในการดำเนินการวิจัย สดความมุ่งหมายเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ และเพื่อประโยชน์ของมนุษยชาติต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ แพทย์หญิงจารุพิมพ์ สูงสว่าง)
ประธานคณะกรรมการจรรยาบรรณการวิจัยในคน

2 ถนนวิภาวดี บางกอกน้อย
กรุงเทพฯ 10700



โทร +66 2419 2667-72
โทรสาร +66 2411 0162

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
เอกสารรับรองโครงการวิจัย

หมายเลข Si 428/2015

ชื่อโครงการภาษาไทย : ปัจจัยที่ส่งผลการให้บริการโรงพยาบาลสวัสดิการ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

รหัสโครงการ : 309/2558(EC4)

หัวหน้าโครงการ / หน่วยงานที่สังกัด : นางสาวภาวดี เสาะแสง / คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

สถานที่ทำวิจัย : คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

เอกสารที่รับรอง :

1. แบบขอรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
2. โครงร่างการวิจัย
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย / อาสาสมัคร
4. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย
5. แบบสอบถาม
6. ประวัติผู้วิจัย

วันที่รับรอง : 10 สิงหาคม 2558

วันหมดอายุ : 9 สิงหาคม 2559

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, the Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP).

ลงนาม
(ศาสตราจารย์ แพทย์หญิงจรรยาพิมพ์ สูงสว่าง)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

14 ส.ค. 2558

วันที่

ลงนาม
(ศาสตราจารย์ ดร. นายแพทย์ประสิทธิ์ วัฒนาภา)
คณบดี คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

17 ส.ค. 2558

วันที่

Page 1 of 2

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวภาณี เสาะแสวง
ที่ทำงาน	งานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดี คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 61/196 หมู่ 5 ตำบลลาดคาฟ้า อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม รหัสไปรษณีย์ 73120
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
พ.ศ. 2546	
พ.ศ. 2554	ศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป งานบริหารและธุรการ สำนักงานคณบดี คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
พ.ศ. 2546 – ปัจจุบัน	