

การคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ การตรวจสอบภาพประจำปีของบริษัท
ศูนย์การแพทย์ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2552

การคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ การตรวจสอบภาพประจำปีของบริษัท
ศูนย์การแพทย์ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ การตรวจสอบภาพประจำปีของบริษัท
ศูนย์การแพทย์ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2552

อำนาจ ประสิทธิ์ดำรง. (2552). การคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ การตรวจสอบสุขภาพประจำปีของบริษัทศูนย์การแพทย์ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ดร. พนิต กุลศิริ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคาดหวัง ของคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัท ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสถิติ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัท ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้รับบริการมีการรับรู้เรื่องคุณภาพบริการด้านผู้ให้บริการ อยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง และด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ อยู่ในระดับต่ำกว่าที่คาดหวัง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

- 1 ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ
- 2 การประเมินคุณภาพบริการ ด้านผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์ กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา
- 3 การประเมินคุณภาพบริการ ด้านสถานที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ
- 4 การประเมินคุณภาพบริการ ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ และอาชีพ
- 5 ผู้รับบริการ ประเมินคุณภาพบริการกับความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ
- 6 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพ

EXPECTATION AND PERCEPTION OF ANNUAL HEALTH CHECKUP SERVICE
QUALITY OF INTERMEDICAL CARE AND LAB.,LTD



AN ABSTRACT
BY
AMNAJ PRASITDUNRONG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University

March 2009

AMNAJ PRASITDUNRONG. (2009). *Expectation and Perception of Annual Health Checkup Service Quality of Intermedical Care and Lab., Ltd.* Master's Project, M.B.A. (Marketing) Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University, Project Advisor : Dr. Panid Kulsiri

The purpose of this research is to explore the Expectation and Perception Annual Health Checkup Service Quality of Inter-medical Care and Lab Co.,Ltd. The samples included 400 employees of Companies and industrial Plants in Bangkok and Chonburi Province. Questionnaires were used as instruments to collect data, Percentage, Standard deviation, T-test, and One-way ANOVA were statistical methods employed in the analyses.

Results of the study showed that most of the respondents were women, holding undergraduate degrees and employee, having high expectation on place, process of service .However they have perception of quality of service, process of service higher than our expectation, but lower in place of service.

Results of hypotheses testing at the significance level of 0.05 are as follows:

1. The expectation on the service quality has relationship with the perception of the service quality in terms of place and process of service.
2. The estimation of the service quality has relationship with gender, age and education level.
3. The estimation of the quality of place has relationship with gender, age, education level and occupation.
4. The estimation of the quality of process has relationship with gender, age and Education and occupation.
5. The respondents estimated the quality of service and satisfaction differently in terms of service provider, place of service and process of service.
6. Type of employees has relationship with satisfaction toward quality of health check program.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และ
คณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การคาดหวัง ของคุณภาพบริการตรวจสอบภาพ
ประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ของ อำนาจ ประสิทธิ์
ดำรง ฉบับนี้ แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ รัฐ สาเรือง)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ สันติ เต็มประเสริฐสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน มีนาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทุกท่าน ที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่า เพื่อให้คำแนะนำข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้ทำวิจัยมาโดยตลอด นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจในเนื้อหาวิชาต่าง ๆ ที่ได้ศึกษา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหน้าที่การงานปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และพี่น้อง ผู้ซึ่งมอบกำลังใจ ให้คำแนะนำและสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด รวมถึงขอขอบคุณ บริษัท ศูนย์สุขภาพ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ที่ช่วยสนับสนุนในเรื่องการเรียน การทำวิจัย จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

อำนาจ ประสิทธิ์ดำรง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ความมุ่งหมายการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประโยชน์ของการวิจัย	4
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	11
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และการวัดคุณภาพการบริการ...	13
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	28
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค	30
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	34
การตรวจสอบสุขภาพประจำปีของลูกค้า	39
ความเป็นมาของบริษัท ศูนย์สุขภาพ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53
3 วิธีดำเนินการวิจัย	58
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	58
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล	65
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล	65

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
การนำเสนอผลการวิเคราะห์.....	68
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	97
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานในการวิจัย และวิธีการศึกษาค้นคว้า.....	97
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	97
ขอบเขตของการวิจัย.....	97
สมมติฐานในการวิจัย.....	98
วิธีดำเนินการวิจัย.....	98
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	100
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	100
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	101
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	101
การอภิปรายผล.....	109
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	112
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	113
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	118
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย	119
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	123

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลของผู้ให้บริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ.....	70
2 ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ	71
3 ระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ฯ ด้านผู้ให้บริการ.....	71
4 ระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ ด้านสถานที่ให้บริการ.....	73
5 ระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ ด้านกระบวนการ ให้บริการ.....	74
6 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ	75
7 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ฯ ด้านผู้ให้บริการ.....	75
8 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ฯ ด้านสถานที่ ให้บริการ.....	76
9 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ฯ ด้านกระบวนการ ให้บริการ.....	77
10 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ	78
11 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ ด้านผู้ให้บริการ.....	79
12 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ ด้านสถานที่ให้บริการ.....	80
13 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีฯ ด้านกระบวนการให้บริการ.....	81
14 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ในด้านผู้ให้บริการ.....	82
15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ในด้านสถานที่ให้บริการ.....	83

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ในด้านกระบวนการให้บริการ	84
17 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวัง และการรับรู้ต่อ คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี	85
18 การเปรียบเทียบประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามเพศ	86
19 การเปรียบเทียบผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุ	87
20 การเปรียบเทียบผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา	88
21 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจ สุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	89
22 การเปรียบเทียบผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามอาชีพ	90
23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ฯ	91
24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพ และความพึงพอใจใน คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ฯ ด้านผู้ให้บริการที่แตกต่างกัน	92
25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพ ประจำปี ฯ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ฯ ด้านสถานที่ให้บริการ	93

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีฯ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ฯ ด้านกระบวนการให้บริการ)	94
27 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามอาชีพ	95
28 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด	96
29 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพและความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด	96

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 Definition of Satisfaction	12
3 ประโยชน์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า.....	16
4 พื้นฐานของความสำเร็จในการบริการ.....	17
5 มิติเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ.....	20
6 แบบจำลองคุณภาพการบริการ (The Service Quality and Model).....	22
7 ความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL และปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ	26
8 การรับรู้คุณภาพโดยรวม	32
9 ทางเลือกการประเมินคุณภาพ.....	33
10 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services).....	38

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเศรษฐกิจของโลกมีรากฐานส่วนใหญ่มาจากส่วนของงานบริการ โดยงานในด้านการบริการทางสุขภาพและสาธารณสุขทั่วโลกมีแนวโน้มที่เติบโตไปได้อีกมากตามแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มขึ้นของประชากรโลกและการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีศักยภาพสูงในงานบริการ นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างมากทั้งด้านเทคโนโลยีการสื่อสารการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ ในด้านต่าง ๆ ดังนั้นการให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในเรื่องของความพร้อมในด้านของเทคโนโลยี และบุคลากรที่ให้ให้บริการทางด้านสุขภาพแก่ประชาชน(อภิสิทธิ์ จัตรนันทน์, 2551:17) นโยบายด้านสาธารณสุขของภาครัฐในอดีต ซึ่งเน้นความสำคัญที่การจัดระบบบริการด้านสุขภาพแบบตั้งรับเพื่อซ่อมแซมสุขภาพ มีการขยายและพัฒนาสถานบริการด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่องการส่งเสริมให้เอกชนลงทุนในระบบสุขภาพมากขึ้น การซื้อเครื่องมือแพทย์ราคาแพง โดยไม่เน้นการป้องกันเชิงรุก การสร้างเสริมสุขภาพ การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพตนเองให้แก่ผู้บริการ สถานบริการด้านสุขภาพมีประสิทธิภาพและคุณภาพไม่เท่าเทียมกัน ทำให้เกิดปัญหาสุขภาพของประเทศ

เรื่องสุขภาพถูกทำให้แคบลงเหลือเพียงเรื่องของการเจ็บป่วยทางกายที่ต้องพึ่งพิงแพทย์ โรงพยาบาล ยาและเทคโนโลยี มุ่งการซ่อมแซมสุขภาพเสียมากกว่าสร้างสุขภาพดี คนไทยป่วยและตายโดยไม่จำเป็นจากโรคที่ป้องกันได้ เช่น อุบัติเหตุ โรคเอดส์ ติดสารเสพติด โรคมะเร็ง โรคเรื้อรังต่าง ๆ ซึ่งปัญหาเหล่านี้แก้ไขไม่ได้ด้วยระบบสุขภาพ และระบบบริการสุขภาพแบบตั้งรับ คนไทยใช้เงินเพื่อสุขภาพกว่าปีละ 2.5 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการใช้เพื่อซ่อมแซมสุขภาพเสีย จึงให้ผลตอบแทนทางสุขภาพต่ำ เพราะเป็นการแก้ที่ปลายเหตุ และค่าใช้จ่ายนี้เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งเป็นอัตราเพิ่มที่สูงมาก (สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ, 2545)

จากปัญหาเหล่านี้จำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลจะต้องปฏิรูประบบสุขภาพ เพื่อปรับเปลี่ยนระบบบริการสุขภาพในระดับบุคคล และครอบคลุมให้ครอบคลุมทั่วถึง มีประสิทธิภาพ ด้วยมาตรฐานและคุณภาพเดียวกัน โดยสาระสำคัญเน้นการสร้างสุขภาพมากกว่าการซ่อมแซมสุขภาพ โดยเน้นการให้บริการจากต้นเหตุเป็นสำคัญ และการมีส่วนร่วมจากภาคองค์ความรู้ทั้งภาคการเมือง ภาคเอกชน และรัฐให้ประชาชนเล็งเห็นความสำคัญในการตรวจสุขภาพ เพื่อดูแลสุขภาพสมบูรณ์ของร่างกาย ค้นหาความผิดปกติ ที่ส่งสัญญาณเตือนเจ้าของร่างกายให้ดูแล และรักษา และป้องกันตนเองเสียก่อน ที่จะเป็นโรค ช่วยลดปัญหา ที่จะนำไปสู่การสูญเสีย ทั้งทางด้านสุขภาพอนามัย และทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้ หน่วยที่ให้บริการตรวจสุขภาพของประชาชน จึงเป็นสถานที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะให้บริการในเรื่องของสุขภาพ ซึ่งในประเทศไทยหน่วยให้บริการประชาชนที่เป็นของภาครัฐที่

ให้บริการในเรื่องสุขภาพนั้นได้แก่ โรงพยาบาล สถานือนามัย ศูนย์บริการสุขภาพสำหรับประชาชน และหน่วยบริการสุขภาพอื่น ๆ ซึ่งมีไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของประชาชนที่ต้องการบริการที่ตรงตามความต้องการที่หน่วยงานนั้น จัดไว้สำหรับให้บริการ ดังนั้นหน่วยงานเอกชนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของประชาชนที่จะมีช่วยลดปัญหาที่เกิดจากความต้องการของประชาชน โดยการเพิ่มความสามารถในการบริการ การลดความเสี่ยงของประชาชนที่อาจเกิดขึ้น การสร้างความมั่นใจด้วยหลักฐานทางกายภาพของงานบริการประชาชน ที่หน่วยงานเอกชนได้เตรียมไว้ให้บริการสำหรับประชาชน โดยคุณภาพของงานบริการ คือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การรับรองเพื่อสร้างความมั่นใจ ความเห็นอกเห็นใจ และสิ่งที่จับต้องได้ของงานบริการทั้งหมดซึ่งหน่วยงานเอกชนนั้นได้จัดตั้งขึ้นและมีหน้าที่โดยตรงสำหรับบริษัทและองค์กรนั้น

ปัจจุบันรัฐบาลได้ใช้กฎหมายบังคับให้นายจ้างจัดให้มีการตรวจสุขภาพให้กับลูกจ้าง เพื่อนำไปสู่การลดความเสี่ยงต่อสุขภาพและให้นายจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพ ดังกล่าวนี รวมทั้งการตรวจวินิจฉัยเพิ่มเติมและการรักษาพยาบาลอันอาจเกิดขึ้นเนื่องจากการตรวจสุขภาพ โดยเริ่มจากมาตรา 107 ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งได้ระบุว่า “ให้นายจ้างจัดให้มีการตรวจสุขภาพของลูกจ้าง และส่งผลการตรวจดังกล่าวแก่พนักงานตรวจแรงงาน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดกฎกระทรวง” ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับฎีกาเล่ม 122 ตอนที่ 4 ก วันที่ 13 มกราคม 2548 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 13 เมษายน 2548 เป็นต้นไป (สำนักโรคจากการประกอบอาชีพและสิ่งแวดล้อม กระทรวงสาธารณสุข, 2548) ภายในบริษัท หรือโรงงานอุตสาหกรรม ควรให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพของพนักงานที่ตนเองรับผิดชอบ ซึ่งจะเป็นผลดีแก่บริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม นั้น เพราะถ้า พนักงานมีสุขภาพ ที่ดีแล้วคุณภาพของงานก็ดีขึ้นทำให้ประสบความสำเร็จในงานนั้นเร็วขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความต้องการของพนักงานโรงแรมดุสิตอีสต์แลนด์รีสอร์ท จังหวัดเชียงราย ร้อยละ 98.8 ความต้องการความรู้ในการดูแลสุขภาพตนเอง และ ร้อย 96.4 มีความต้องการการตรวจสุขภาพประจำปี (บุษบา ชัยมณี .2540 : บทคัดย่อ) จะเห็นได้ว่าความต้องการในการตรวจสุขภาพประจำปีมีมากที่สุด

ดังนั้นบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จึงได้ก่อตั้งจดทะเบียนเมื่อปี 2531 และได้ขออนุญาตเป็นสถานพยาบาลในการตรวจสุขภาพของพนักงานตามโรงงานและบริษัทห้างร้านต่างๆ ตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลาประมาณ 14 ปี ในสภาวะการเมืองและกฎหมายเอื้ออำนวยในการทำธุรกิจประเภทนี้ และในทุกวันนี้กฎหมายแรงงาน ได้ออกกฎหมายที่ละเอียดกว่าเดิมเพื่อช่วยให้ลูกจ้างที่ทำงานต้องได้รับสวัสดิการที่เหมาะสมให้ดียิ่งขึ้น และเมื่อยังมีกฎหมายระบุชัดเจนว่าลูกจ้างที่ทำงานในสภาวะปัจจัยเสี่ยงต้องได้รับการตรวจตามปัจจัยเสี่ยงนั้นๆ มากขึ้น ตามพระราชบัญญัติ แรงงานประกาศกรรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2551 ที่ว่าด้วยเรื่องปัจจัยเสี่ยงในสภาพการทำงานต่างๆ เช่น ทำงานเกี่ยวกับสารเคมีต้องตรวจสารเคมีต่างๆ ในเลือดว่าได้ตกค้างหรือได้รับเข้าไปในร่างกายหรือไม่ หรือคนทำงานเกี่ยวกับเสียงดังต้องมีการตรวจการได้ยิน เป็นต้น ยิ่งถ้ากฎหมายได้ระบุละเอียดมากยิ่งขึ้นย่อมส่งผลดีต่อตัวลูกจ้างเองด้วยส่วนหนึ่ง เพราะเขาจะได้ทราบว่าตัวเองเหมาะสมหรือไม่ปลอดภัยหรือไม่กับการทำงานในประเภท

นั้นๆ และผลดีอีกทางหนึ่งก็ส่งผลให้ธุรกิจการตรวจสอบสุขภาพนอกสถานที่สามารถดำเนินธุรกิจไปได้ด้วยดีด้วยเช่นกัน ในฐานะที่เป็นพนักงานของบริษัทที่มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการให้บริการในส่วนของการตรวจสอบสุขภาพประจำปีของบริษัท ผู้ศึกษาต้องการศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ของพนักงาน ลูกจ้าง และเจ้าหน้าที่ที่มีต่อการตรวจสอบสุขภาพประจำปี เพื่อรับทราบปัญหาและอุปสรรคทั้งด้านพนักงาน และลูกจ้างของบริษัทที่ปฏิบัติงาน ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการวางแผน และดำเนินงานการตรวจสอบสุขภาพของบริษัทและพัฒนางานได้อย่างเหมาะสมและทันเหตุการณ์ได้ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

- 1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่มีผลต่อความคาดหวัง ของคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ของพนักงานบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม
- 2 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด
- 3 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัดระหว่างกลุ่มพนักงานของบริษัทกับพนักงาน ในโรงงานอุตสาหกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive study) โดยศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการตรวจสอบสุขภาพประจำปีของพนักงาน ของบริษัทและในโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเนื้อหาต่าง ๆ ประกอบด้วย ความคาดหวัง การรับรู้ต่อการตรวจสอบสุขภาพประจำปีของพนักงานบริษัทและโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ พนักงานบริษัท ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรม ในต่างจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรม โดยทั้งหมดเป็นลูกค้าการตรวจสอบสุขภาพของโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

บริษัท หมายถึง บริษัทที่ได้รับบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด และดำเนินกิจการอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

โรงงานอุตสาหกรรม หมายถึง โรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และบริเวณจังหวัดรอบ ๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัดโดยเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ถึงวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2551

ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการศึกษา ความคาดหวัง การรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัดสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการของการตรวจสอบสภาพของบริษัท ฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผน และดำเนินงานของบริษัทที่ได้รับการตรวจสอบสภาพ ที่ได้รับทราบเกี่ยวกับความคาดหวังของพนักงานของตนเองที่มีต่อการให้บริการตรวจสอบสภาพในครั้งนี้ เป็นพื้นฐานที่หน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานส่งเสริมสุขภาพสามารถนำไปใช้ ในการประการพัฒนาด้านสุขภาพของประชาชนของประเทศต่อไป

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ตรงกัน ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงขอกำหนดความหมาย และขอบเขตของคำศัพท์ ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย ไว้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง สิ่งที่มีผลทำให้เกิดความต้องการในการบริการจากการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

2. ประเภทของพนักงาน หมายถึง บุคคลที่ทำงานบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ซึ่งจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 พนักงานบริษัท หมายถึง พนักงานที่ทำงานในบริษัท ในกรุงเทพมหานคร

2.2 พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม หมายถึง พนักงานที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และบริเวณจังหวัดรอบ ๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรม

3 ความคาดหวัง หมายถึง เรื่องใดเรื่องหนึ่งประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่

3.1 ด้านผู้ให้บริการ หมายถึง ลูกค้า ซึ่งเป็น พนักงานบริษัท และพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม

3.2 ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการซึ่งจะใช้สถานที่ในบริเวณของบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรมจัดเตรียมไว้ให้แล้ว

3.3 ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง วิธีการ ขั้นตอน ที่ใช้ในการตรวจสอบสภาพประจำปี

4 การรับรู้ หมายถึง เรื่องใดเรื่องหนึ่งประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่

4.1 ด้านผู้ให้บริการ หมายถึง สิ่งที่คุณคลประเมินหลังจากได้รับบริการกับเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล

4.2 ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ หมายถึง สิ่งที่คุณคลประเมินหลังจากได้รับบริการกับสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม

4.3 ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง สิ่งที่คุณคลประเมินหลังจากได้รับบริการกับขั้นตอน กระบวนการ เวลาในการให้บริการ ความพร้อมของเจ้าหน้าที่

5. คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่คุณประเมินเมื่อภายหลังได้รับบริการ ผลที่ได้คือความแตกต่างจากความคาดหวังมากน้อยเพียงใด

5.1 คุณภาพบริการต่ำ หมายถึง ผลการรับรู้การบริการน้อยกว่าการบริการที่คาดหวัง

5.2 คุณภาพบริการปานกลาง หมายถึง ผลการรับรู้การบริการเท่ากับการบริการที่คาดหวัง

5.3 คุณภาพบริการสูง หมายถึง ผลการรับรู้การบริการมากกว่าการบริการที่คาดหวัง

6. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึก คิด ซึ่งแสดงออกทางด้านอิริยาบถ ของบุคคล ได้แก่ แสดงออกทางหน้าตา กริยา ท่าทาง ซึ่งได้จากการประเมินของคุณภาพการบริการ

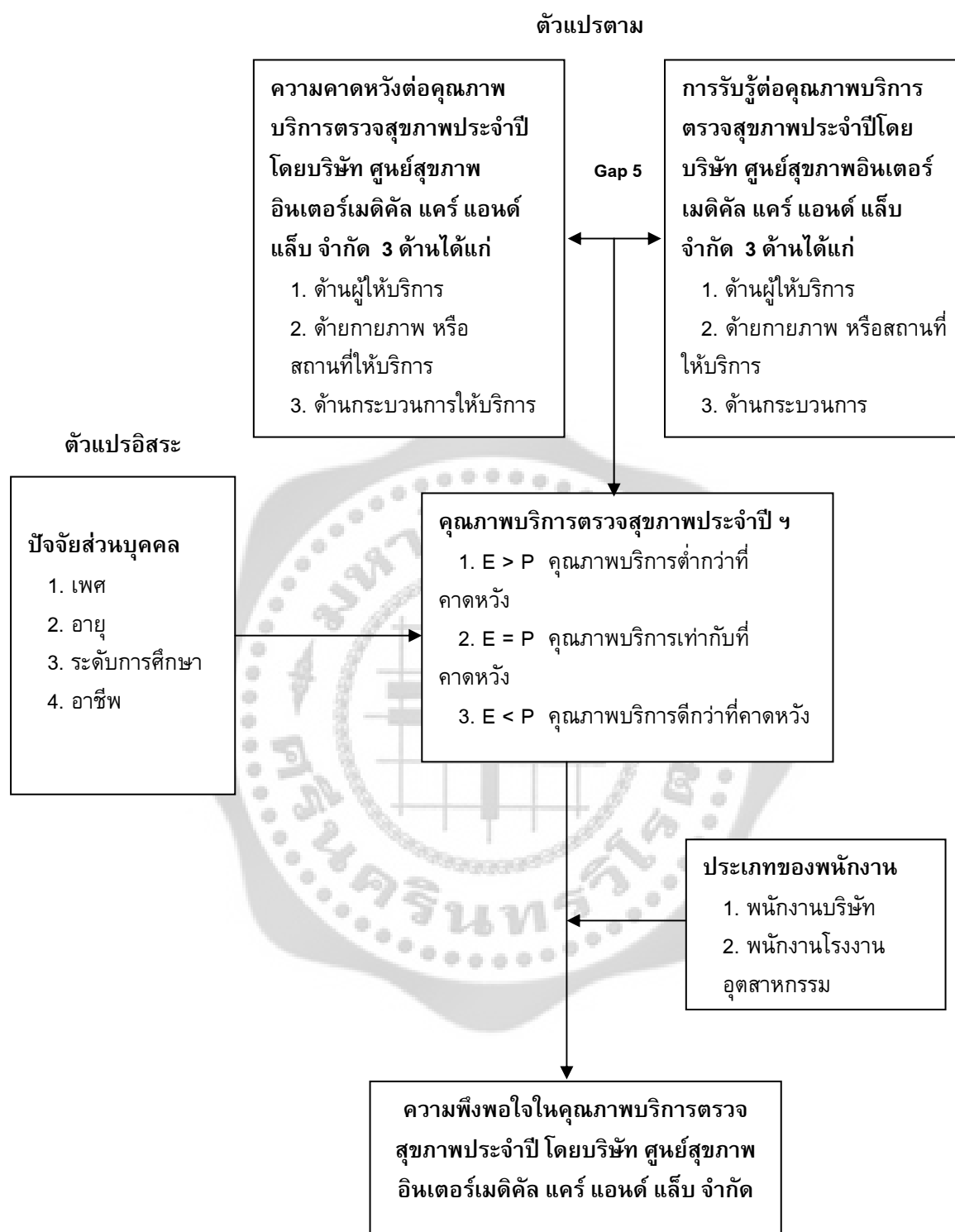
6.1 คุณภาพบริการต่ำ หมายถึง ผลการรับรู้การบริการน้อยกว่าการบริการที่คาดหวัง หรือ มีความพึงพอใจน้อย กับการบริการ

6.2 คุณภาพบริการปานกลาง หมายถึง ผลการรับรู้การบริการเท่ากับการบริการที่คาดหวัง หรือ รู้สึกเฉย ๆ กับการบริการ

6.3 คุณภาพบริการสูง หมายถึง ผลการรับรู้การบริการมากกว่าการบริการที่คาดหวัง หรือ มีความพึงพอใจมากกับการบริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง การรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ได้มีการศึกษาทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมารวบรวมสร้างเป็นกรอบแนวคิดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

7. สมมติฐานในการวิจัย

1 คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีด้านผู้ให้บริการ

2 คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีด้านสถานที่ให้บริการ

3 คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีด้านกระบวนการให้บริการ

4 เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

5 อายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

6 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

7 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

8 คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

8.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๕ ด้านผู้ให้บริการ

8.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๕ ด้านสถานที่ให้บริการ

8.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๕ ด้านกระบวนการให้บริการ

9 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 1.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ
- 3.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และการวัดคุณภาพการบริการ
- 4.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 5.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
6. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
- 7.ความหมายของการตรวจสอบสภาพประจำปีของลูกค้า
- 8.ความเป็นมาของบริษัท ศูนย์สุขภาพ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอน์ แล็บ จำกัด
- 9.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ในการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการเพื่อทำการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยความหมายของการบริการ ลักษณะเฉพาะของการบริการ การจำแนกระดับของการบริการ โดยมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1.1 ความหมายของการบริการ

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 428) ได้ให้คำจำกัดความของการบริการคือ กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

เรแกน (Regan. 1963 : 57) ได้กล่าวว่าการบริการแสดงถึง ผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้ที่แสดงออกมาโดยตรง หรือผลของความพึงพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้เมื่อมีการซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่างๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 431) ได้ให้ความหมายบริการ (Services) เป็น กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18) กล่าวถึงการบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนี้จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ซึ่งการจัดประเภทของธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภทคือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์
3. เป็นการซื้อบริการและสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันวางแผนโบราณ คลินิกทำฟัน จิตแพทย์ ธนาคาร

วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2543 : 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) โดยการบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัสและแตะต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยการบริการจะส่งมอบให้ผู้รับบริการ เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น

กล่าวโดยสรุป การบริการ (Service) หมายถึง สินค้าที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนสินค้า (Goods) โดยลักษณะของการขาย การบริการจะเป็นไปในรูปแบบของกระบวนการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้กับอีกฝ่าย โดยผู้ที่รับการบริการจะไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการนั้นๆ ได้เหมือนกับการเป็นเจ้าของสินค้า ทำให้การประเมินคุณค่าของบริการทำได้ยากกว่าการประเมินคุณค่าของสินค้าที่มีตัวตน ความเชื่อถือนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจึงมีความสำคัญอย่างมาก นอกจากนั้นจะพบว่าบริการจะมีความแตกต่างกันและยากที่จะทำให้เหมือนกันได้ทุกครั้ง เนื่องจากการผลิตและการจำหน่ายจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้

1.2 ลักษณะของการบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

จากความหมายของการบริการที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นก่อให้เกิดลักษณะเฉพาะของการบริการซึ่งมีความแตกต่างออกไปจากลักษณะสินค้าทั่วไป โดยมีผู้กล่าวถึงลักษณะการบริการไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 : 432) ได้กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งไม่สามารถมองเห็น รับรู้รสชาติ รู้สึก ยินดี หรือได้กลิ่นก่อนที่จะทำการซื้อ (Armstrong ; & Kotler. 2003 : G7) ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการ

ติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบาๆ

บุคคล (People) พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

เครื่องมืออุปกรณ์ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรสื่อถึงความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกกระดบบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งมีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน และไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม (Armstrong ; & Kotler. 2003 : G7) กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การให้บริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา กลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น หรือจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการรายบุคคล หรือใช้เครื่องมือต่างๆ เข้าช่วย

3. ไม่แน่นอน (Variability หรือ Service Variability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งคุณภาพจะผันแปรไป โดยขึ้นกับผู้ให้บริการ และขึ้นกับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไร (Armstrong ; & Kotler. 2003 : G7) การควบคุมคุณภาพในการให้บริการของผู้ขายบริการสามารถทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

1. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการที่ดี

2. ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) เป็นลักษณะของบริการซึ่งจะมีอยู่ในช่วงสั้นๆ และไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Etzel, Walker ; & Stanton. 2001 : G-9) หรือเป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ (Armstrong ; & Kotler. 2003 : G7) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ ให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

สรุปได้ว่าลักษณะเฉพาะของการบริการที่สำคัญที่มีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าโดยทั่วไปได้แก่สาระสำคัญของการไว้วางใจ (Trust) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ไม่แน่นอน (Variability) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) และไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability)

1.3 การจำแนกระดับของการบริการ

เลฟล็อก (Lovelok. 1996 : 50) ได้แบ่งการบริการออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้ให้บริการ ดังต่อไปนี้

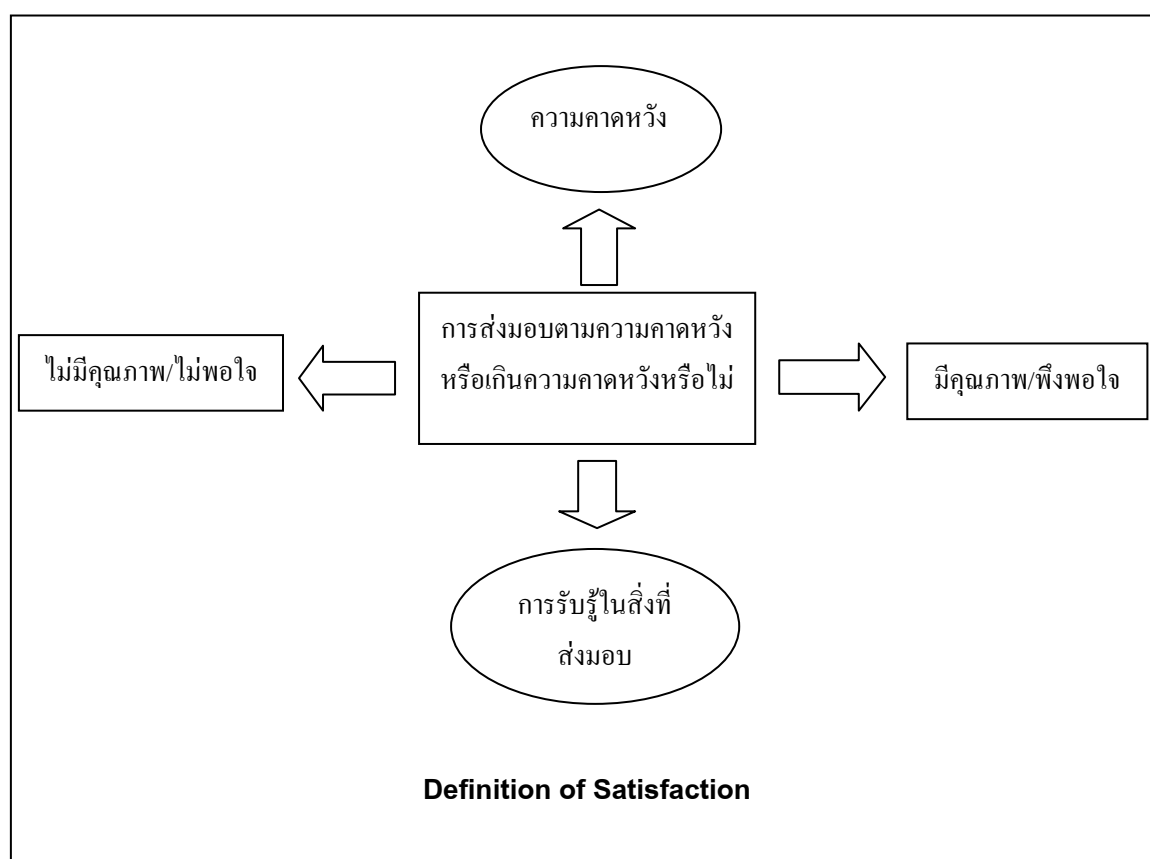
1. บริการที่มีการเผชิญหน้าสูง (High - Contract Service) มีส่วนร่วมกับการให้บริการโดยตลอดเกือบทุกกระบวนการในการส่งผ่านบริการ หรืออีกนัยหนึ่งผู้บริโภคต้องเข้าไปในสถานที่ให้บริการ และอยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น

2. บริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium - Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำกว่าบริการแรก ซึ่งผู้บริโภคจะเข้าไปในสถานที่ให้บริการแต่ไม่ได้อยู่ที่นั่น ตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self Service)

3. บริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำ (Low - Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำที่สุด หรืออาจไม่มีเลยก็ได้ ซึ่งบริการระดับนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการผ่านสื่อหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ

วาวรา (Vavra. 1992 : 139 - 142) ได้ให้คำนิยามของความพึงพอใจในงานบริการของลูกค้า คือความยึดมั่น และเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการในการส่งสินค้า หรือบริการที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ดังแสดงตามภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบ 2 Definition of Satisfaction

ที่มา : Vavra Terry, G. (1992). Aftermarketing : How to keep Customer for Life through Relationship Marketing. New York : New York.p. 51

จากภาพประกอบ 2 หากมีการสอบถามลูกค้าว่าพวกเขารู้สึกพอใจได้อย่างไรบ้าง คำตอบส่วนใหญ่ที่ได้รับคือ การได้รับการจัดส่งสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง และพอดีกับความ ต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งไม่ได้เป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิดเท่านั้น แต่จะรวมไปถึง เรื่องของความสัมพันธ์และความเกี่ยวเนื่องกับความคาดหวังของลูกค้าด้วย การที่จะจัดส่งสินค้าหรือ การบริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจได้นั้นต้องผ่านกระบวนการในการทำความเข้าใจในความ คาดหวังของลูกค้าก่อนเสมอ วาวรา (Vavra.1992) จึงได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าจะมี ขอบเขตเท่าๆ กับความคาดหวังของลูกค้าได้ก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์ที่เป็นจริงเกิดขึ้นแก่ลูกค้า ปัญหาอยู่ที่ว่าความคาดหวังของลูกค้าเป็นเรื่องที่ลูกค้าต้องการจริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงอุดมคติ เท่านั้น ส่วนปัญหาของบริษัทคือการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุดได้อย่างไรโดยไม่ ต้องมีการเพิ่มทุนจนมากเกินไป ซึ่งมีคำกล่าวคำหนึ่งที่กล่าวว่า “ยิ่งคาดหวังมากเท่าไร ก็ยิ่งมีความ พอใจน้อยลงเท่านั้น”

มิลเลท (Millet.1954:4) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้คือ

1. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ (Ample Service)
2. ความสามารถในการจัดการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันและเสมอภาคกัน (Equitable Service)
3. ความสามารถในการจัดบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้น
4. ความสามารถในการจัดบริการได้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) ลักษณะของความจำเป็นเร่งด่วนในการบริการ และความต้องการของลูกค้าในการบริการนั้นๆ
5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service) ตามลักษณะของบริการนั้นๆเรื่อยไป

จากคำกล่าวข้างต้น ความพึงพอใจ ในการให้บริการ คือ การสนองตอบความต้องการในประโยชน์ ตามสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง โดยประกอบด้วย ความเพียงพอ ความยุติธรรม บริการอย่างต่อเนื่อง บริการรวดเร็วทันต่อเวลา และมีการพัฒนาการบริการ ให้มีคุณภาพ แก่ลูกค้าที่ให้บริการ

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และการวัดคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจภาคบริการมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ จึงได้หันถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการที่มอบให้กับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีมีประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ความหมายของคุณภาพการบริการ การวัดคุณภาพการบริการ

3.1 ความหมายของคุณภาพบริการ

การบริการตามพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ช่วยเหลือ

เทพศักดิ์ บุญรัตนพันธุ์ (2536: 13) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่า “การที่บุคคล กลุ่มคน หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการซึ่งอาจเป็นของรัฐหรือเอกชน มีหน้าที่ในการส่งต่อให้บริการแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสนองความต้องการของประชาชน โดยมีส่วนร่วม มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วนคือ

1. สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ

2. ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร
3. กระบวนการและกิจกรรม
4. ผลผลิตหรือตัวบริการ
5. ช่องทางการให้บริการ
6. ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ (2537:170) กล่าวว่า คุณภาพบริการตามแนวคิดทางการตลาด จะให้ความสำคัญ และยึดถือความต้องการของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ การบริการสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ เนื่องจากการบริการมีความแตกต่างจากสินค้าโดยมีคุณสมบัติแบ่งได้ 4 ประการ คือ บริการไม่มีตัวตน มีความหลากหลายในตัวเอง ไม่สามารถแบ่งแยกได้ ไม่สามารถเก็บรักษาได้ ฉะนั้น คุณภาพของบริการจะถูกประเมินจากทั้งกระบวนการ การให้บริการ (process) และผลลัพธ์ที่ได้จากการบริการ (Outcome) โดยเฉพาะการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร และ คณะ (2539: 162) ได้จำแนกลักษณะการประเมินคุณภาพระบบบริการของโรงพยาบาลไว้ 4 ด้าน คือ

1. ด้ายกายภาพและบริการทั่วไป เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อาคารสถานที่อุปกรณ์/เครื่องมือทางการแพทย์
2. ด้านบริการที่ให้โดยแพทย์
3. ด้านบริการที่ให้โดยพยาบาล
4. ด้านบริการที่ให้โดยเจ้าหน้าที่อื่นๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539: 291) กล่าวว่าในธุรกิจการบริการ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การเสนอคุณภาพการให้บริการความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นการรักษาการบริการที่เหนือคู่แข่ง ข้อมูลคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูดปากต่อปาก จากเพื่อน จากการโฆษณา ผู้รับบริการจะพอใจที่ได้รับในสิ่งที่ต้องการและเมื่อมีความต้องการ ณ สถานที่ต้องการในรูปแบบที่ต้องการ

ทองหล่อ เดชไทย(2540: 159) ได้ให้ความหมายคุณภาพบริการว่า คือสิ่งที่สมาชิกในองค์กรทุกคนมีความพยายามอย่างต่อเนื่องให้ผู้รับบริการรับสิ่งที่เค้าคาดหวัง

โอลิเวอร์ (Oliver.1994) ได้กล่าวว่าคุณภาพบริการเป็นลักษณะของแนวความคิดที่มีการมองถึงความเข้าใจว่าลูกค้าคิดอย่างไรต่อคุณภาพของการบริการ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของการบริหารองค์กรให้เกิดประสิทธิผลโดยมีแนวความคิดในการทำความเข้าใจที่สัมพันธ์กันอยู่ 3 แนวความคิดประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพบริการ และคุณค่าของลูกค้า

พาราสุรามาน, เซทแฮล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman,Zeithaml ; & Berry. 1985 : 42) ได้กล่าวว่าภาพบริการ คือการรับรู้ของลูกค้าซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการโดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับการบริการที่ได้รับจริง และการที่องค์กรจะได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการต้องมีการบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับของการรับรู้ของลูกค้า หรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งพาราสุรามานและคณะ (Parasuraman;etal.1994 : 201 -

230) ยังได้กล่าวถึงการประเมินคุณภาพบริการว่า “ การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้า นั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า” การรับรู้คุณภาพการบริการเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบของความคาดหวังของลูกค้ากับบริการที่ได้รับจริงซึ่งคุณภาพที่ลูกค้าประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับ

พาราสุรามาน, เซทแฮล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml ; & Berry. 1986 : 57) ได้กล่าวว่าคุณภาพการบริการเป็นข้อวินิจฉัยเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยขึ้นอยู่กับเหตุผลคุณลักษณะในการประเมิน ความเชื่อมั่นและทัศนคติของผู้ประเมิน

เลตินเนน และเลตินเนน (Lehtinen ; Lehtinen.1982) ได้กล่าวว่าคุณภาพการบริการจะถูกสร้างขึ้นในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์กร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบของคุณภาพ 3 แบบ คือ คุณภาพทางกายภาพ เช่น อุปกรณ์ อาคาร เป็นต้น คุณภาพของบริษัทที่จะแสดงออกมาในรูปแบบของวิสัยทัศน์ขององค์กร คุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ

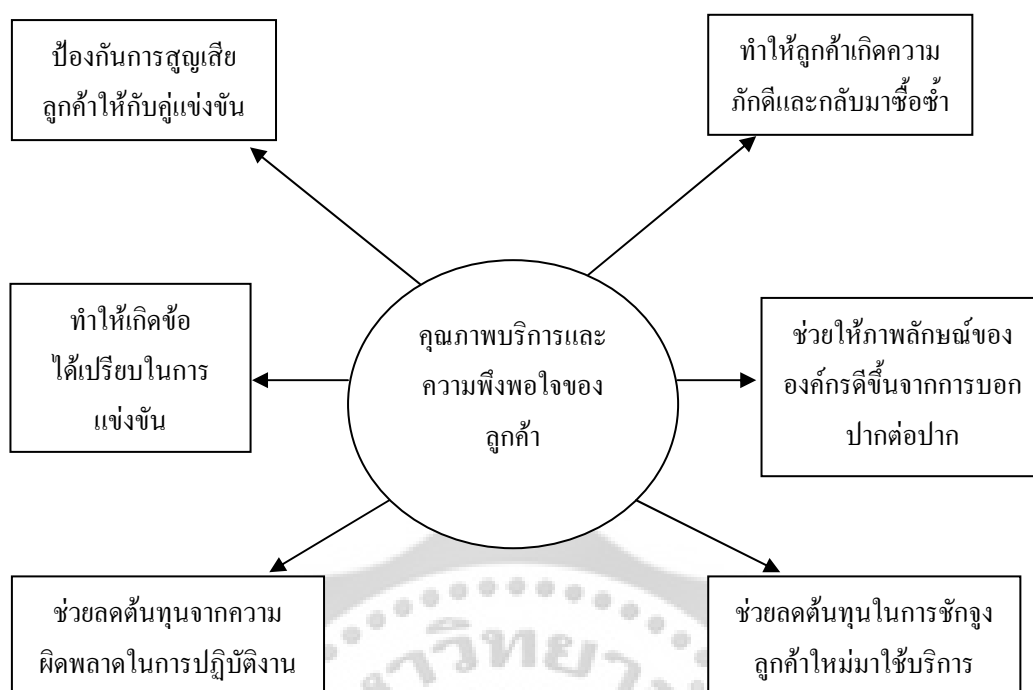
โดยสรุป จากความหมายของคุณภาพการบริการที่กล่าวมาสามารถที่จะแบ่งคุณภาพการบริการออกเป็น 3 ลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ยากมากในการประเมินเนื่องจากการบริการไม่สามารถจับต้องได้ องค์กรอาจจะยากในการเข้าใจว่าลูกค้ารับรู้ถึงการบริการและคุณภาพการบริการขององค์กรเป็นอย่างไร แต่เมื่อผู้ให้บริการได้ทราบถึงผลการประเมินด้านบริการจากลูกค้าออกมาเป็นอย่างไรแล้ว องค์กรก็จะสามารถที่จะรู้ถึงทิศทางของคุณภาพการบริการตามความต้องการลูกค้า

2. คุณภาพการบริการเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับคุณภาพการบริการที่ได้รับจริง เป็นการวัดระดับบริการที่ได้รับมอบให้กับลูกค้าได้ดีเท่ากับความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่ โดยที่คุณภาพการบริการที่มอบให้จะตรงกับความต้องการของลูกค้านั้นต้องอยู่บนมาตรฐานที่คงที่

3. คุณภาพการบริการแสดงค่าออกมาในรูปแบบของผลที่ได้และขั้นตอนในการปฏิบัติ กรอนรูส (Gronroos.1999) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการประกอบด้วยคุณภาพ 2 ชนิด คือ คุณภาพทางเทคนิคของผลลัพธ์ที่ได้ โดยที่คุณภาพทางเทคนิคแสดงถึงสิ่งที่ลูกค้ามอบไว้หลังจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าสิ้นสุดลง และคุณภาพตามหน้าที่ของกระบวนการ ซึ่งเป็นกระบวนการของการมอบบริการหรือสินค้าให้กับลูกค้า

นอกจากนี้ยังพบว่าบริการที่มีคุณภาพจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างผลกำไรที่เติบโตอย่างต่อเนื่องให้แก่องค์กร คุณภาพการบริการที่ดีจะก่อให้เกิดความภักดีของลูกค้าต่อองค์กร และยังช่วยในการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมทั้งยังสามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรเนื่องจากลูกค้าที่มีความพอใจต่อการได้รับบริการจะช่วยทำการประชาสัมพันธ์โดยการบอกปากต่อปากไปยังกลุ่มลูกค้ารายใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่าลูกค้ายังเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการที่แพงกว่าเพื่อให้ได้บริการที่มีคุณภาพดีกว่า ดังแสดงในภาพประกอบ 3



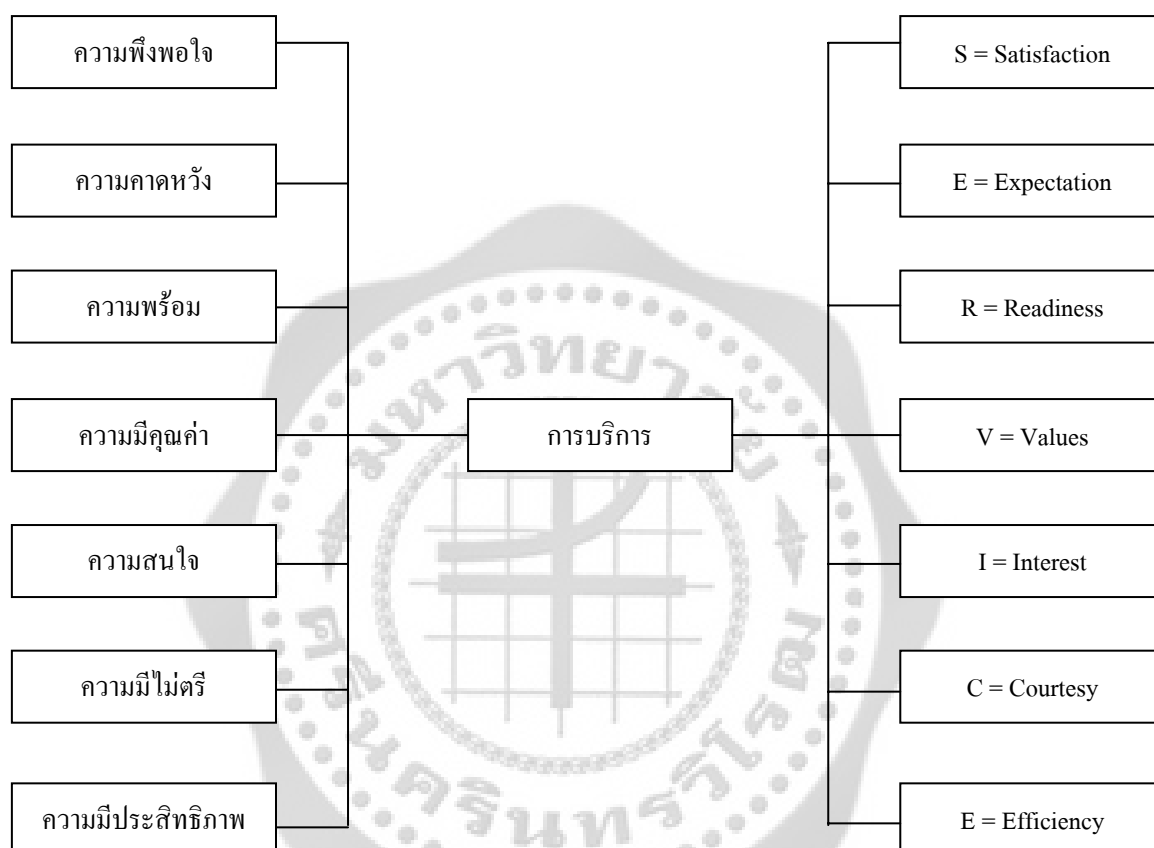
ภาพประกอบ 3 ประโยชน์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า

ที่มา : Christopher, H., Patterson, Paul G. and Walker, Rhett H. (1998). Services Marketing - Australia and New Zealand. Sydney: Prentice Hall Australia.

จากภาพประกอบ 3 จะแสดงถึงผลประโยชน์ของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กร โดยที่องค์กรใดสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เกินสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง เนื่องจากลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะเกิดความภักดีและกลับมาซื้อซ้ำนอกจากนั้นลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการจะบอกต่อไปยังบุคคลอื่นโดยเป็นการประชาสัมพันธ์บอกต่อแบบปากต่อปากไปยังกลุ่มลูกค้าอื่นเปรียบเสมือนเป็นสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ และยังช่วยสนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ด้านบวกแก่องค์กร และเมื่อพิจารณาในระยะยาวจะพบว่า การให้บริการซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือนั่นคือต่อองค์กร นอกจากนั้นแล้วจะพบได้ว่าลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจากการบริการจะมีความอ่อนไหวต่อข้อเสนอของคู่แข่งต่ำ และเป็นสิ่งที่ยืนยันว่าทำไมความสำเร็จจากการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าจึงช่วยให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะพบว่าคุณภาพการบริการคือหัวใจสำคัญของธุรกิจยุคใหม่ เนื่องจากภาวะการแข่งขันของธุรกิจต่างๆ มีความรุนแรงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบริการที่มีคุณภาพทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องลูกค้าจะเกิดความภักดีกับองค์กรที่สามารถให้การบริการที่มีคุณภาพและข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้านคุณภาพจะสร้างผลกำไรที่เติบโตอย่างต่อเนื่องให้แก่ธุรกิจโดยตรงกันข้ามบริการที่ไม่มีคุณภาพก็จะนำความเสียหายมาสู่ธุรกิจอย่างมาก

3.2 พื้นฐานสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ

พื้นฐานที่เป็นหัวใจนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ โดยนำเอาคำว่า “บริการ” ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “SERVICE” มาแยกตัวอักษรแต่ละตัวเป็นคำขึ้นต้นขององค์ประกอบความสำเร็จในการบริการ ดังแสดงในภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 พื้นฐานของความสำเร็จในการบริการ

ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2542). จิตวิทยาการบริการ (หน่วยที่ 1 – 7)
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชวนพิมพ์. หน้า 8

จากภาพประกอบ 4 จะพบว่าการจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ให้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น หากผู้

ให้บริการ (ผู้บริการการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว ดังนั้น คุณภาพของการบริการและการให้บริการของพนักงานบริการ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การวางแผนการบริการที่ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ และการพัฒนา คุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดี ได้แก่ การเป็นผู้มีจิตสำนึกของการให้บริการรวมทั้งการมีความรู้ ความสามารถ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการ นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีก็เป็นปัจจัยที่ไม่ควรละเลย การจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการให้สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกสบาย สวยงาม และมีอุปกรณ์ เครื่องใช้ที่ทันสมัยสำหรับให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ รวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการ จะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการบริการที่สร้างความรู้สึกที่ดีและความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อบริการหรือ ธุรกิจบริการใดๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือ อาจเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่า ผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี งาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของงานบริการ เช่น ความคาดหวังของคนที่รอแพทย์มาตรวจเช็คอาการป่วยย่อมแตกต่างจากการคาดหวังของวัยรุ่นที่ยืนรอเข้าแถว เพื่อขึ้นเรือเหาะในสวนสนุกเพราะคนรู้สึกไม่สบายก็จะคาดหวังให้ได้รับการบริการที่รวดเร็วและเอาใจใส่ อย่างดีเป็นพิเศษ การวิจัยตลาดเกี่ยวกับความต้องการรับรู้ การสนใจ และเจตคติรวมทั้งพฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะช่วยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังจากงานบริการ หรือความต้องการบริการใหม่ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่น

3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติที่ยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริหารหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ ก็จะทำให้ผู้รับบริการ ขอบใจและรู้สึกประทับใจ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึง

คุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะต่าง ๆ กันและมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น ลูกค้าเข้าไปในภัตตาคารแห่งหนึ่งพนักงานเสิร์ฟให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ รับคำสั่งและนำอาหารมาเสิร์ฟถูกต้องไม่ต้องรอนาน อาหารมีรสชาติดีโต๊ะอาหารถูกจัดไว้อย่างสวยงามด้วยอุปกรณ์เข้าชุดกัน มีเสียงดนตรีเบา ๆ ภายในภัตตาคารตกแต่งอย่างทันสมัยไม่อัด และสะอาดเรียบร้อย หลังจากจ่ายเงินค่าบริการลูกค้าไม่รู้สึกเสียตังเงินที่จ่ายไปและตั้งใจว่าจะกลับมาภัตตาคารนี้อีก เพราะอาหารอร่อยและบริการดีเยี่ยม เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าได้รับคุณค่าจากการบริการอย่างเต็มเปี่ยม

5. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรม หรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุดไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน การเอาอกเอาใจเฉพาะลูกค้าที่ซื้อสินค้าครั้งละมากๆ หรือลูกค้าที่มีฐานะดีแต่งตัวดีโดยไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้าอื่น ย่อมทำให้ลูกค้านั้นรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกันนี้ และอาจไม่พอใจที่จะมาเป็นลูกค้าอีกต่อไป ดังนั้นการปฏิบัติต่อลูกค้าจะต้องสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลา ในกรณีที่ลูกค้ามาขอรับบริการก่อนโดยไม่ด่วนตัดสินใจตัดสินลูกค้าจากเพียงรูปร่างหน้าตาหรือกำลังซื้อเท่านั้น ผู้ให้บริการจะต้องทราบเทคนิคการให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้พฤติกรรมของลูกค้าในการให้ความสนใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอริยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยนรู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการมีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” หรือแผนในการให้บริการและพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิกิริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการนำมากำหนดเป้าหมายของการบริการรวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการโดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงาน การตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความ

คาดหวังของผู้รับบริการตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่างสม่ำเสมอ

3.3 มิติเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ (Dimensions of service Quality)

มิติเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ Gronroos,(1990),Berry ; & Parasuraman,(1990) ลูกค้านัดสินคุณภาพของการบริการที่เขาซื้อหามาด้วยมิติหลายอย่าง มิติจำนวนหนึ่งด้านคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ ซึ่งเห็นได้จากผลการศึกษาอุตสาหกรรมหลายประการ ดังภาพประกอบ 5 ขอดังต่อไปนี้

1. เป็นรูปธรรม	รูปร่างของเครื่องอำนวยความสะดวกส่วนที่เป็นรูปธรรม เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสาร
2. ความเชื่อถือ	ความสามารถในการผลิตบริการตามข้อตกลงโดยสามารถไว้วางใจได้ และถูกต้อง
3. ปฏิกริยาตอบรับ	ความเต็มใจที่จะช่วยลูกค้าและจัดหาบริการให้ทันที
4. ความไว้วางใจ	ความรู้และความสุภาพของพนักงานและความสามารถที่จะทำให้เกิดความเชื่อใจและทำให้เกิดความมั่นใจด้วย
5. การเอาใจเขาใส่ใจเรา	ความสนใจที่จะแสร้งลูกค้า การให้ลูกค้าเป็นคน “พิเศษ” ที่บริษัทเสนอให้แก่ลูกค้าของเขา

ภาพประกอบ 5 มิติเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ

ที่มา : Gronroos,C. (1990). Service Management and Marketing. The Nature of Service and Service Quality. Stcokholm University,Sweden.,Berry and Parasuraman.(1990). Delivery quality service : balancing customer perceptionsAnd expectations. New York : A Division of Macmilan,Inc.

มิติด้านคุณภาพตามประกอบ 5 นี้ ใช้ได้โดยเฉพาะกับธุรกิจที่ขายบริการ แต่ทว่าส่วนใหญ่ของมิติดังกล่าวใช้ได้ในการตัดสินใจบริการ อันเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งของส่วนผลิตภัณฑ์ (Product Mix) ด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้ในมิติด้านปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมของระบบการส่งมอบบริการ เช่น ความเชื่อถือได้ และปฏิกริยาตอบรับกับองค์ประกอบด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เช่น การเอาใจใส่ และระดับของความไว้วางใจ

การศึกษาในสหรัฐอเมริกาพบว่าการรับรู้มิติทั้ง 5 ประการเกี่ยวกับคุณภาพของบริการของลูกค้า นั้น ชี้ให้เห็นว่ามิติดังกล่าวมีความสำคัญมากต่อบริการทุกชนิด นอกจากนี้ยังพบว่าความเชื่อถือได้ เช่น เครื่องชี้ที่สำคัญที่สุดของคุณภาพของบริการในสายตาของลูกค้าส่วนใหญ่ ดังนั้นหนทางไปสู่กลยุทธ์การแยกให้เห็นความแตกต่างอิงอยู่กับการจัดหาบริการที่ดีเลิศให้ลูกค้าให้พอดี

กับหรือดีกว่าความคาดหวังในคุณภาพของบริการลูกค้า และทำให้ยังยืนกว่าคู่แข่ง ปัญหาก็คือ บางครั้งผู้บริหารมักคาดคะเนความคาดหวังของลูกค้าในระดับต่ำกว่าที่ควรจะเป็น บางครั้งความคาดหวังเหล่านั้นอาจไม่สูงอย่างที่ผู้บริหารคาดหมาย ดังนั้น บริษัทต้องระบุความปรารถนาของลูกค้าที่เป็นเป้าหมายในแง่คุณภาพของบริการพร้อมทั้งกำหนดและทำการสื่อสารว่าบริการระดับใดที่เขาจะส่งไปมอบให้แก่ลูกค้า เมื่อปฏิบัติเช่นนี้ลูกค้าก็จะมีความคิดที่ใกล้เคียงความจริงว่าเขาจะคาดหวังอะไร ซึ่งก็จะลดความผิดหวังกับบริการที่เขาได้รับให้น้อยลง

3.4 การวัดคุณภาพบริการ

3.4.1 แบบจำลองคุณภาพบริการ SERVQUAL ในการบริการองค์กรต่างๆมักประสบกับปัญหาซึ่งมีสาเหตุมาจากความไม่ชัดเจนของบทบาทของการบริการ เป็นต้นว่าบริการไม่มีมาตรฐาน มาตรฐานของการบริการมีมากเกินไปทำให้ผู้ให้บริการขาดความตื่นตัวมีการตั้งมาตรฐานโดยรวมทำให้ผู้ให้บริการมีแนวทางในการจัดการน้อยลง และจำกัดการทำงานของผู้ให้บริการ มาตรฐานในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าไม่ดีทำให้ลูกค้าไม่เข้ามาใช้บริการ และมาตรฐานของบริการไม่สามารถนำไปเชื่อมโยงกับการวัดที่เป็นรูปธรรมและระบบการให้รางวัล ทำให้เครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพการบริการจัดการมีน้อยเกินไป

จากสาเหตุดังกล่าวพาราสุรามาน,เซทแฮล์มและแบร์รี่ (Parasuraman,Zeithaml ; &Berry.1985 : 44 - 46) จึงได้ศึกษาถึงรูปแบบของการวัดคุณภาพบริการในองค์กรต่างๆ เช่น ธนาคาร อู่ซ่อมรถ บริการซักแห้ง โรงแรม ภัตตาคาร เป็นต้น โดยยึดความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มารับบริการเป็นหลักปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการการวิจัยเชิงสำรวจระบุ 10 เกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการลูกค้าด้านการรับรู้และการคาดหวัง มีรายละเอียดดังนี้

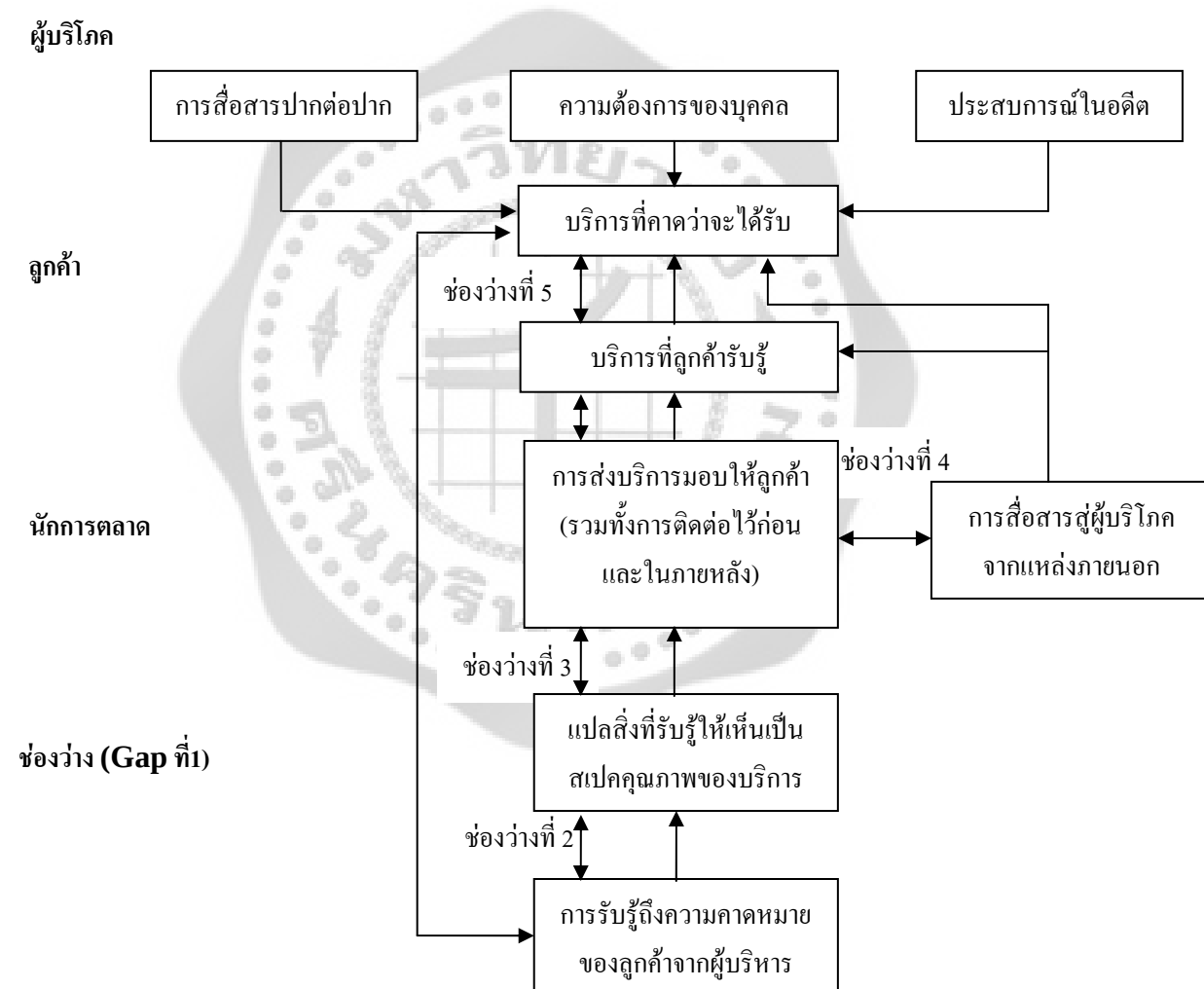
1. ลูกค้าเข้าถึงบริการ (Access) การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลต้องมีความเหมาะสมที่สะดวกสบายในการเดินทาง
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถที่อธิบายลูกค้าให้ เข้าใจอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
3. ความสามารถของผู้บริการ (Competence) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในงานที่ให้บริการ
4. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรีและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
5. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) องค์กรและพนักงานต้องสร้างความเชื่อถือและความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการให้บริการโดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) การบริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความเหมาะสมและสม่ำเสมอ
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า
8. ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความ

เสี่ยง และปัญหาต่างๆ

9.ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ลูกค้ารับการบริการที่สามารถประเมินถึงคุณภาพบริการ

10.การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding/ Knowing Customer) พนักงานต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความแตกต่างในธุรกิจบริการ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่ง และตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าจำเป็นต้องพิจารณาถึงการบอกต่อแบบปากต่อปาก(word-Of-mouth communications) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) และประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการ (Past experiences)



ภาพประกอบ 6 แบบจำลองคุณภาพการบริการ (The Service Quality and Model)

ที่มา : Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) "A Conceptual model of service Quality and Its implications for future research" Journal of Marketing 49 (Fall) : 1 - 50

1. การบอกต่อแบบปากต่อปาก การประเมินคุณภาพการบริการมีความซับซ้อนมีผลต่อความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อ ลูกค้าต้องพิจารณาข้อเสนอต่างๆ ที่ผู้ขายนำเสนอรวมถึงข่าวสารที่เกี่ยวข้องคุณภาพการบริการจากแหล่งบุคคลต่างๆ เช่น กลุ่มเพื่อนผู้เชี่ยวชาญในสายการบริการ และแหล่งข้อมูลที่มีใช้บุคคล เช่น สื่อลูกค้าใช้ข้อมูล 2 แหล่งในการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เมื่อต้องตัดสินใจซื้อลูกค้าจะไว้วางใจข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งที่เป็นบุคคลมากกว่า เพราะสื่อที่ส่งถึงลูกค้านั้นแสดงให้เห็นถึงคุณภาพการบริการที่ผ่านมาได้น้อย การต่อต้านและประกาศห้ามโฆษณาในธุรกิจบริการบางประเภท ผู้บริการอุตสาหกรรมบริการให้ความสำคัญอิทธิพลของการบอกต่อแบบปากต่อปากในงานบริการ ความสำคัญนี้ส่งผลโดยตรงกับความคาดหวังของลูกค้า เป็นการยากสำหรับลูกค้าที่จะประเมินคุณภาพการบริการก่อนการซื้อจากประสบการณ์โดยตรง การบอกต่อแบบปากต่อปากจากเพื่อน ครอบครัว เป็นแหล่งข้อมูลที่ส่งผลต่อระดับความต้องการในการบริการ การสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กรสนับสนุนการให้ข้อมูลโดยการบอกต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นวิธีหาลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าที่มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำในระยะยาว

2. ความต้องการส่วนบุคคล ลูกค้าสามารถรับรู้คุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของลูกค้า ซึ่งตรงกับความคาดหวัง และนำไปใช้แก้ปัญหาธุรกิจเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในระดับบุคคล และกลุ่มลูกค้าจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่ต้องการแก้ไข การแก้ไขปัญหาทำได้หลายแนวทาง เช่น การซักเสื้อผ้า ลูกค้าสามารถเลือกซื้อเครื่องซักผ้า หรือจ้างคนงานซักเสื้อผ้า เป็นการตัดสินใจตามความต้องการของลูกค้าจะซื้อเครื่องมือหรือซื้องานบริการ ความต้องการส่วนบุคคล เป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางของสินค้า หรือบริการที่มีศักยภาพสนองความต้องการผู้ให้บริการต้องส่งมอบคุณค่างานบริการตามที่ลูกค้าคาดหวังในขอบเขตที่เป็นไปได้ เช่น มหาวิทยาลัยเปิดสอนหลายคณะ/สาขา สำหรับนักศึกษาทุกคนที่มีความต้องการประกอบวิชาชีพในแต่ละสาขา แต่คนปกติในแต่ละคณะไม่สามารถทำหน้าที่ให้บริการแก่นักศึกษาที่เข้ามารับการศึกษามาก่อนที่นักศึกษาคาดหวังได้หมดทุกคน แสดงว่าความต้องการเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดว่าลูกค้ากำลังให้ความสำคัญเรื่องใด ความต้องการนั้นยังเกี่ยวข้องกับพนักงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร สิ่งที่สำคัญในการสร้างความคาดหวังของลูกค้าส่งผลถึงคุณภาพการบริการที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้

3. ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ประสบการณ์ของการรับบริการเป็นผลมาจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อบริการประสบการณ์ของการรับบริการเรียกว่า การรับรู้บริการ (Parasuraman; et al.1985 ; Gronroos,1990) ผู้บริหารองค์กรต้องทราบความคาดหวังของลูกค้าเพื่อเป็นเกณฑ์กำหนดคุณภาพการบริการที่ส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า การรวบรวมข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าเป็นศูนย์ข้อมูลลูกค้า เป็นแหล่งข้อมูลที่ทราบความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้ ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจากประสบการณ์ของการบริการที่ผ่านมาได้ เช่น ความต้องการที่พักเมื่อลูกค้าต้องเดินทางไปติดต่อธุรกิจ หรือเพื่อการท่องเที่ยวในต่างถิ่นโรงแรมที่ต้องเข้าพักถูกเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่เคยพักในโรงแรมต่างๆ

มาก่อน หรือการเข้ารับการรักษาพยาบาลเป็นผู้ป่วยภายในโรงพยาบาลที่มีมาตรฐานทางการแพทย์ทั่วไปเปรียบเทียบกับบริการของโรงพยาบาลที่มีมาตรฐานทางการแพทย์ที่เสริมบริการต่างๆ เช่น ที่พัก ห้องอาหารเป็นมาตรฐานของโรงแรมชั้นนำ ดังนั้นความคาดหวังของลูกค้าถูกกำหนดโดยอิทธิพลของประสบการณ์ในอดีตที่ลูกค้าได้สัมผัสการบริการโดยตรง

3.4.2 ช่องว่างของคุณภาพการบริการไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า

การศึกษาเกี่ยวกับเครื่องมือวัดช่องว่างการจัดการคุณภาพการบริการ คือแบบจำลองช่องว่างของคุณภาพการบริการ (The Model of Service Quality) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่กล่าวถึงแนวคิด ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญ การให้บริการเริ่มต้นจากลูกค้า องค์กรต้องบริหารงานที่มีประสิทธิภาพลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และบริการที่ลูกค้ารับรู้เมื่อได้รับการแล้ว ผลกำไรขององค์กรมาจากการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างลูกค้ากับองค์กรช่วยให้ต้นทุนด้านการดูแลลูกค้าต่ำลง ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการเรียนรู้จากการบริการที่ลูกค้าได้รับเป็นช่องว่างทั้ง 5 ระดับ ตามภาพประกอบ 6 จำลองคุณภาพการบริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1.1 ช่องว่างระหว่างบริการที่ลูกค้าคาดหวังกับการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า (GAP1) ผู้บริหารอาจไม่มีความเข้าใจที่ถูกต้องเสมอไปในเรื่อง “ลูกค้าต้องการอะไร” หรือ “ลูกค้าประเมินบริการของบริษัทอย่างไร” ดังนั้น ขั้นตอนแรกในการจัดหาบริการให้แก่ลูกค้าก็คือ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจลูกค้า ประเมินข้อร้องทุกข์ของลูกค้า หรือวิธีอื่น เพื่อที่จะกำหนดลักษณะใดในบริการที่ลูกค้าพิจารณาว่าสำคัญ

3.4.2.2 ช่องว่างระหว่างการเรียนรู้ของฝ่ายบริหารกับรูปแบบมาตรฐานที่ลูกค้าต้องการ (GAP2) ผู้บริหารมีความเข้าใจอย่างกระจ่างเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการแล้วก็ตาม ความเข้าใจนั้นอาจไม่ได้ถูกแปรเปลี่ยนให้เป็นมาตรฐานการผลิตที่ได้ผล นโยบายของบริษัทเกี่ยวกับบริการลูกค้าอาจไม่ชัดเจนพอ การสื่อสารไปสู่ลูกค้าอาจ “แย่มาก” และมีการใช้นโยบายแบบ “ขอไปที” ถ้าบุคลากรของบริษัทไม่รู้ว่านโยบายด้านการให้บริการของบริษัทคืออะไร และฝ่ายบริหารมีความจริงใจผูกพันอยู่กับมาตรฐานเหล่านี้มากน้อยเพียงใด การปฏิบัติงานของบุคลากรก็จะ “ไปไม่ถึง” ระดับที่ปรารถนาอยู่ดี

3.4.2.3 ช่องว่างระหว่างมาตรฐานการบริการที่ได้กำหนดไว้กับบริการที่ส่งมอบ (GAP3) ด้านคุณภาพของบริการกับการส่งมอบบริการให้ลูกค้า คำสั่งที่ออกมาเกี่ยวกับการให้บริการจากปากของฝ่ายบริหารไม่พอที่จะผลิตบริการให้ได้คุณภาพสูง มาตรฐานที่สูงต้องหนุนหลังโดยโปรแกรมทรัพยากร และรางวัลที่จำเป็นต่อการทำให้เจ้าหน้าที่สามารถและมีกำลังใจส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าได้ เจ้าหน้าที่นั้นจะต้องได้รับการฝึกอบรมเครื่องมือเครื่องใช้และเวลาเท่าที่จำเป็นในการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าได้ เจ้าหน้าที่นั้นจะต้องได้รับการฝึกอบรมเรื่องเครื่องมือเครื่องใช้และเวลาเท่าที่จำเป็นในการส่งมอบบริการ ปฏิบัติการเกี่ยวกับบริการของเขาจะต้องมีการวัดผลและประเมินผล และปฏิบัติการที่ได้ผลดีจะต้องมี “การตอบรางวัล” โดยเอาเป็นส่วน

หนึ่งของเกณฑ์ในการขึ้นเงินเดือนและเลื่อนตำแหน่งหรือโดยการจูงใจทางตรงอย่างอื่นที่ดีกว่านี้ ทั้งนี้ก็เพื่อจูงใจให้เพิ่มความพยายามแก่การให้บริการที่ดี

3.4.2.4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการกับการสื่อสารแหล่งภายนอกให้ลูกค้าทราบ (GAP4) การปฏิบัติการเกี่ยวกับการให้บริการที่ดีนั้น ยังอาจสร้างความผิดหวังให้กับลูกค้าบางรายได้ ถ้าการสื่อสารการตลาดของบริษัทเป็นต้นเหตุให้ลูกค้ามีความคาดหวังสูงกว่าที่คาดคะเน ถ้ารูปถ่ายในโฆษณาหรือแผ่นพับของที่พักรวมสำหรับการพักผ่อนบนชายหาดทำให้ดูแล้วเห็นว่ากว้างและหรูหรากว่าที่ควรจะเป็น ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นรายแรกก็อาจจะผิดหวังได้ ไม่ว่าที่พักรวมนั้นจะสะอาดหรือมีเจ้าหน้าที่คอยบริการเป็นอย่างดีปานใดก็ตาม

3.4.2.5 ช่องว่างระหว่างบริการที่ลูกค้ารับรู้กับบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (GAP5) คุณภาพการบริการจะแปรผันโดยตรงกับขนาดและทิศทางของช่องว่างที่เกิดจากบริการที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับ เป็นผลมาจากการบอกต่อแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล และประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่ลูกค้าได้รับ การเปรียบเทียบบริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ งานบริการนั้นจะถูกจัดว่ามีคุณภาพส่งผลให้ลูกค้าซื้อบริการซ้ำ แต่ถ้างานบริการที่รับรู้ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะพูดว่า บริการไม่ดีด้วยคุณภาพส่งผลให้ตัดสินใจไม่ซื้องานบริการในครั้งต่อไป

3.4.3 เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ

การพัฒนาขั้นตอนการประเมินคุณภาพการบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในปี 1998 พาราสุรามาน.แซทแฮล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman,Zeithaml;& Berry.1998) ได้สร้างเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการจำแนก 5 ด้านดังนี้

3.4.3.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ วัสดุและบุคคล ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้น ช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่าการปฏิบัติงานมีความตั้งใจให้บริการเห็นภาพได้ชัดเจน

3.4.3.2 ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้างานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจในงานบริการจากลูกค้า

3.4.3.3 การตอบสนองลูกค้า (Responsive) พนักงานมีหน้าที่บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

3.4.3.4 การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การให้บริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

3.4.3.5 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และความสนใจแก่ผู้มาใช้บริการเพื่อใช้เป็นมาตรฐานวัดคุณภาพบริการดังกล่าวนี้มีชื่อเรียกว่า “Servqual” ดังภาพประกอบ

ปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ	ลักษณะภายนอก	ความเชื่อถือได้	การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	ความมั่นใจได้	การเข้าถึงจิตใจ
ลักษณะทางกายภาพ					
ความน่าเชื่อถือ					
การตอบสนอง					
ความสามารถความมีมารยาทความน่าศรัทธาความปลอดภัย					
การเข้าถึงบริการการสื่อสารความเข้าใจ					

ภาพประกอบ 7 ความสัมพันธ์ของปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL และปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ

ที่มา: Parasuraman, A.Zeithaml, V.A.&Berry.LL.(1990). “The Customer view of service quality,”Delevening Quality Service”. P. 12

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.ลักษณะภายนอก (Tangibles) ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล

2.ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ

3.การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

4.ความมั่นใจได้ (Assurance) ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ ที่แสดงออกทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับ(เป็นการรวมปัจจัยด้านความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธาและความปลอดภัย เข้าด้วยกัน

5. การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ให้บริการ(เป็นการรวมปัจจัยด้าน การเข้าถึงบริการ การสื่อสาร และความเข้าใจด้วยกัน)

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERQUAL ทั้ง 5 ปัจจัยเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดความรู้ต่อคุณภาพการบริการ โดยความรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการเป็นผลมาจากขนาดและทิศทางของช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อการบริการ พาราสุรามาน, เซทแฮล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml; & Berry. 1989:133)

สรุปว่า SERQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเกิดจากการวิจัยศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ โดยการสัมภาษณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการหลายประเภท งานวิจัยในช่วงแรกซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพได้ข้อสรุปว่าผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพการบริการโดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภครับฟังมาจากการบอกปากต่อปากความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นการวิจัยยังช่วงให้ทราบถึง

ปัจจัยโดยทั่วไปซึ่งผู้บริโภค ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ด้าน และการวิจัยช่วงที่สองซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำให้สามารถรวมปัจจัยบางด้านซึ่งมีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกันวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติจนในที่สุดก็ได้พัฒนาจนได้เครื่องมือซึ่งเรียกว่า SERVQUAL เพื่อวัดความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ด้าน คือ ลักษณะภายนอก ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจได้ และการเข้าถึงจิตใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวังและความรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการ โดยผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจต่อคุณภาพการบริการเมื่อระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการ ก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับความรู้ต่อคุณภาพการบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ ผู้บริโภคก็จะรู้สึกไม่พอใจต่อการบริการ

3.4.4 การประยุกต์ใช้วิธีการประเมินคุณภาพการบริการ

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพการให้บริการพบว่ามีงานนำแบบจำลอง Service Quality GAP โดยใช้เครื่องมือ “SERVQUAL” ไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัย มีดังต่อไปนี้

บอย (Boyt. 1994) ได้ทำการศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพบริการโดยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงราคาค่าบริการซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับก่อนการบริการ พบว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการรับบริการและระดับข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับก่อนการให้บริการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพการบริการที่ผู้บริโภครับรู้ แต่การเปลี่ยนแปลงด้านราคาไม่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการแต่อย่างใด

ไนท์ (Knight. 1996) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านขายสินค้าเฉพาะขนาดเล็ก (Small Specialty Store) ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำเครื่องมือ “SERVQUAL” มาใช้วัดความหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการในร้านขายสินค้าเฉพาะขนาดเล็กของผู้บริโภคทั้งนี้ได้นำองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Attention) ความเชื่อถือได้

(Reliability) บริการที่เป็นรูปธรรม (Tangible) พบว่าความสนใจส่วนบุคคลและบริการที่เป็นรูปธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินคุณภาพบริการโดยรวม (Overall Service Quality) และได้สรุปว่าเครื่องมือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือทางการจัดการที่ธุรกิจด้านค้าปลีกขนาดเล็กอาจจะนำไปใช้เพื่อช่วยปรับปรุงคุณภาพการบริการได้

จากงานวิจัยทั้งสองเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำเครื่องมือ SERVQUAL มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยสามารถสรุปเป็นผลที่ค้นพบที่สำคัญดังนี้ องค์ประกอบด้านบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangible) ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Attention) และข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับก่อนการบริการมีผลต่อการประเมินการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ซาร์บิน (Sarbin. 1994:22) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่าพฤติกรรมของผู้ดำรงตำแหน่งใดก็ตามมักจะแสดงออกโดยอาศัยความนึกคิดคาดคะเนว่า ผู้อื่นซึ่งเป็นผู้ดำรงตำแหน่งนั้นควรปฏิบัติเช่นไร เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ ส่วนมากผู้ดำรงตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งมักจะสังเกตหน้าที่ของผู้ดำรงตำแหน่งอื่นแล้วกะหน้าที่ให้กับตำแหน่งของตนเองตามลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่ง การสังเกตและการคาดคะเนไม่ตรงกับผู้ดำรงตำแหน่งมักไม่สบายใจเวลาดำเนินการอย่างไรลงไปตรงกับการคาดคะเน ความไม่สบายใจเช่นนี้มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของผู้ดำรงตำแหน่งนั้นๆ ด้วย

พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman; et al. 198 : 16) ได้กล่าวว่าความคาดหวังหมายถึง ทศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่แลสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

จากการศึกษาพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการดังต่อไปนี้ คริสโตเฟอร์, แซนดรา และบารบารา (Christopher. Sanda, Barbara. 1996: 123-125)

1. ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังต่อการบริการให้คำปรึกษาจากสัตวแพทย์ในการรักษาสัตว์เลี้ยง นอกจากนั้นความคาดหวังของลูกค้าต่อให้ผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกันยังมีความแตกต่าง เช่น ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะไม่มีการบริการอาหารในเที่ยวบินระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะต้องมีบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น

2. ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชายกับกลุ่มผู้หญิง, กลุ่มคนหนุ่มสาวกับกลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคยังแตกต่างกันในแต่ละประเภท เช่น ผู้โดยสารรถไฟในประเทศ Greece อาจยอมรับได้หากรถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดหลายชั่วโมง แต่ใน Switzerland จะวัดเวลาที่รถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดเป็นวินาที

3. ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการจากผู้ให้บริการรายต่าง ๆ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อนลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-Purchase Expectations) ซึ่งเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย

เซทแอลมัม, พาราสุรามาน และแบร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman ;&Berry.1990) ได้ระบุปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการได้แก่

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

ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจ ซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคลผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอไม่ตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าการทำงานของข้อเสนอตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้มารับบริการก็จะมีใจความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์(2539: 21) ได้กล่าวว่า ความหวังของลูกค้าเกิดขึ้นจากปัจจัย 7 ประการดังนี้

1. ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่างๆ
2. ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้า หรือบริการ เช่น ประเทศที่ผลิต ยี่ห้อ
4. ราคาของบริการขณะนั้น
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
7. คู่แข่งของสถานบริการนั้น

โดยในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมี การรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผสมกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับการบริการตามมาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกได้ว่าไม่พอใจได้ เช่นในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐานที่ผู้ใช้บริการมักจะคาดหวังให้ระบบสามารถที่จะใช้ติดต่อได้อย่างต่อเนื่องราคาถูก มีการบริการหลังการขายที่ดี รวมทั้งบริษัทผู้ให้บริการติดตามให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และเมื่อโทรศัพท์พื้นฐานที่ใช้อยู่สามารถตอบสนองได้ตามความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพอใจและบอกต่อไปยังคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการที่ร้าน

4.1 แหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภค

ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการยังทำให้ทราบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการ ได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แห่งสำคัญด้วยกันคือ

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคน ผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแต่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล
2. การบอกต่อปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word – of – Mouth Communication) คือ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้บริโภคอื่นๆ ที่เคยได้รับการบริการจากผู้ให้บริการมาแล้ว โดยอาจจะเป็นการให้คำแนะนำชักชวนมาใช้บริการ ข้อตำหนิหรือคำบอกเล่าต่างๆ เกี่ยวกับบริการนั้น
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experiences) การที่ผู้บริโภคเคยได้รับประสบการณ์ตรงต่างๆ เกี่ยวกับการบริการมีอิทธิพลต่อระดับของความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน เพราะประสบการณ์ในอดีตทำให้เกิดการเรียนรู้และการจดจำประสบการณ์เหล่านั้นไว้
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External Communications to Customers) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์การผู้ให้บริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี หรือเพื่อส่งเสริมการขายล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับ

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภค

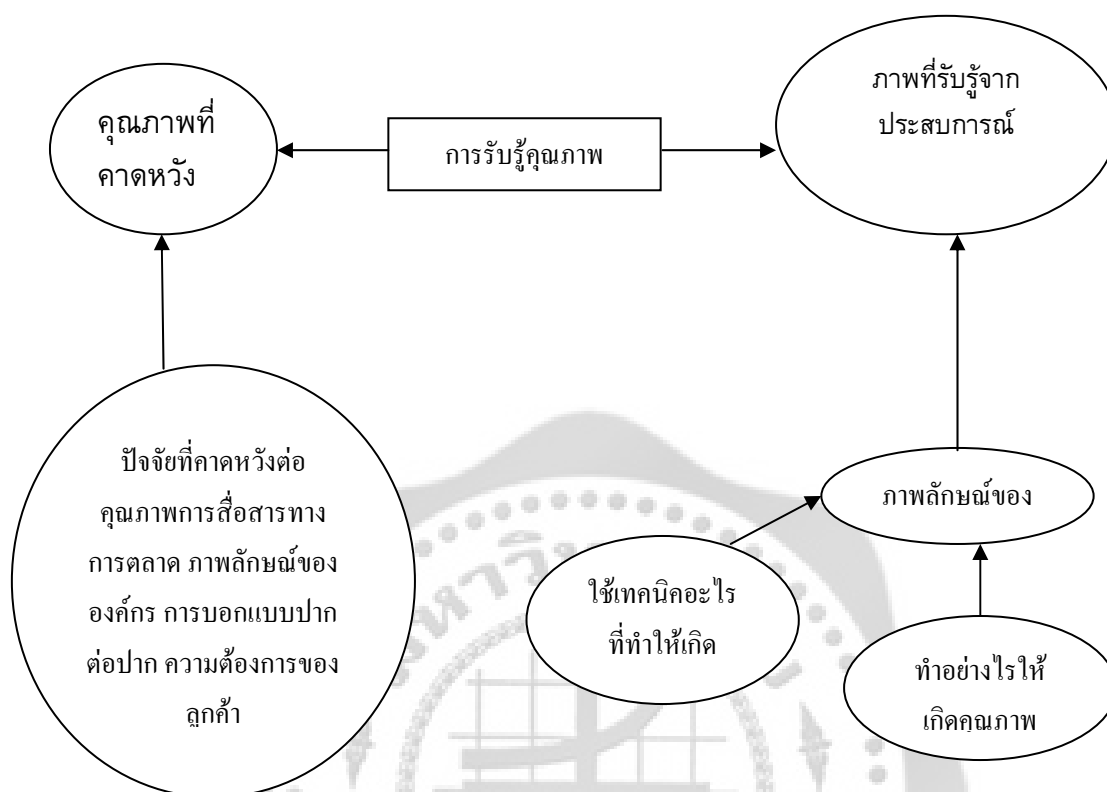
การรับรู้เป็นความเชื่อของลูกค้าในการพิจารณาถึงบริการที่ได้รับและได้รับจากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมาในอดีต ซึ่งแอนสัน และแวนราอิจ (Antioned ; & Van Raaij.

1998) ได้กล่าวว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในการรับรู้ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และสถานการณ์ของแต่ละบุคคล ในทำนองเดียวกัน ชิฟแมนและคานุก (Shiffman ; & Kanuk. 1994 : 162) ได้กล่าวว่าการรับรู้ คือกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดเป็นภาพรวมขึ้นมา โดยที่บุคคล 2 คนได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกันและอยู่ภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่จะมีอิทธิพลต่อการเลือก การรู้จัก การตีความหมายของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับความจำเป็น (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation) โดยที่ตัวแปรเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ของบุคคล ซึ่งมอริสัน (Morison, 1996) ได้อ้างว่า ลูกค้าน่าจะใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การดมกลิ่น และการได้กลิ่นในการรับรู้ถึงการบริการและข้อมูลการส่งเสริมการขาย หรือบริการของธุรกิจ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะไม่เป็นเพียงแรงกระตุ้นต่อการซื้อหรือใช้บริการของลูกค้าเท่านั้น แต่จะเป็นการรับรู้ว่าการบริการต่าง ๆ นั้นจะสร้างความพอใจตามความปรารถนาและตามความต้องการของลูกค้าด้วย

5.1 การรับรู้คุณภาพการบริการ

แอนชั่น และแวนราอิจ (Antioned ; & Van Raaij. 1998) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพเกิดจากความคาดหวังของลูกค้า สินค้าหรือการบริการจะมีคุณภาพสูงก็ต่อเมื่อความต้องการของลูกค้าตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ การรับรู้คุณภาพที่สูงต่อสินค้าหรือการบริการลูกค้าจะทำการพิจารณาจากความเหมาะสมของการใช้งาน ความคงทน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความไว้วางใจ ความถี่ใจการเสียต่ำ และบริการหรือสินค้าจะมีคุณภาพเมื่อลูกค้าได้ทำการเปรียบเทียบการรับรู้จริงกับความคาดหวังต่อสินค้าหรือบริการนั้น

กรอนรูส (Gronroos. 1990) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพการบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะคือลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ ดังแสดงในภาพประกอบ 8 โดยที่คุณภาพด้านเทคนิคเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับ ผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐาน การรับรู้คุณภาพที่เกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังของลูกค้าตรงกับการรับรู้ที่ได้ประการณ์ที่ผ่าน มา ถ้าความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการหรือสินค้าหรือบริการนั้นจะสูง โดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับอิทธิพลจาก การสื่อสารทางตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์ขององค์กร และความต้องการของลูกค้าเอง ส่วนลักษณะตามหน้าที่จะเป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการจะอย่างไรให้บริการดีเท่ากับการรับรู้จากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา



ภาพประกอบ 8 การรับรู้คุณภาพโดยรวม

ที่มา: Gronroos, C (1998) : Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality. Review of Business 3(New York: St. John's University Press) : No.3. p. 13

กรอนรูส (Gronroos, 1990) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการดังนี้

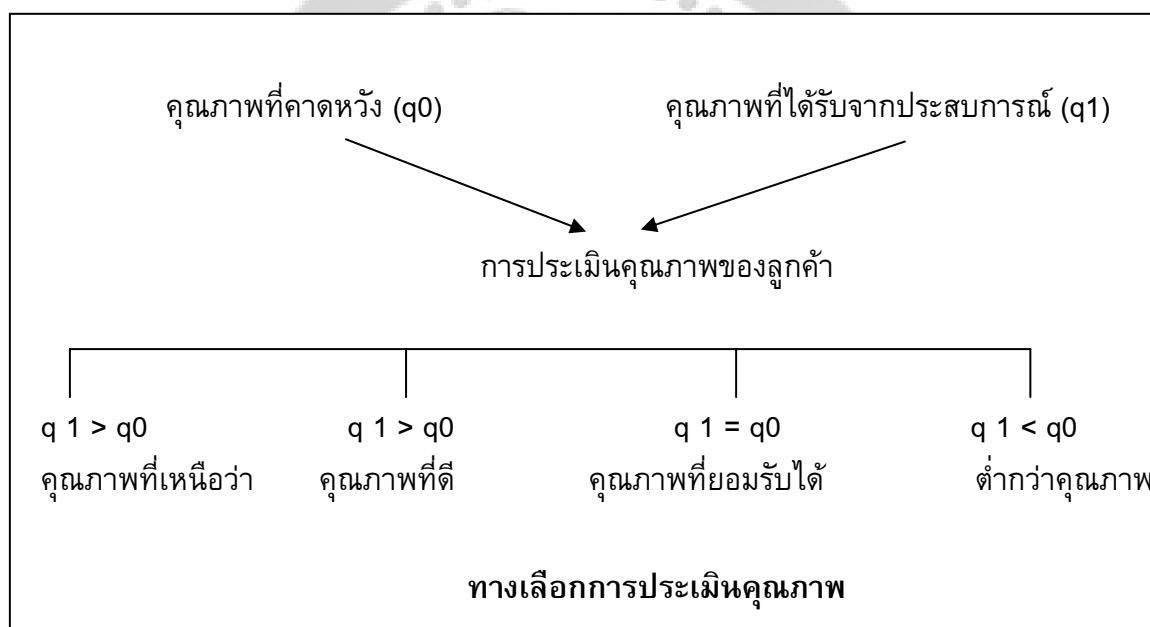
1. ความเป็นมืออาชีพ และทักษะในการบริการ ลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีในเมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
2. ทศนคติและพฤติกรรม เป็นความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณาเกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจโดยทันที
3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบไปด้วยสถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานได้ถูกออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึงบริการรวมถึงมีการเตรียมปรับการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงในการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้บริการได้โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ

5. การชดเชย เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวังผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที

6. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ลูกค้ามักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถเชื่อถือได้และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

สมิท และฮุสตัน (Smith and Huston. 1983) กล่าวว่าผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ในการประเมินคุณภาพบริการของลูกค้าหลักจากการที่มีการใช้บริการ 4 ประการ คือ ต่ำกว่าคุณภาพ คุณภาพที่ยอมรับได้ คุณภาพที่ดี และคุณภาพที่เหนือกว่า ซึ่งแสดงได้ดังรูปประกอบ 9



ภาพประกอบ 9 ทางเลือกการประเมินคุณภาพ

ที่มา: Smith., R. & Huston, M. (1983) : Script – Based Evaluations of Satisfaction with Service. Berry. LL., Shostack, G.L. & Upah, G., eds., Emerging Perspectives on Service Marketing. Chicago : American Marketing Association .p. 43

จากภาพประกอบ 9 สามารถแปลผลทางเลือกการประเมินคุณภาพของลูกค้าออกมาได้ดังนี้

1. ต่ำกว่าคุณภาพ แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ของลูกค้าน้อยกว่าความคาดหวังไว้ เป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในบริการที่ได้รับ

2. คุณภาพที่ดี แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ที่ได้เท่ากับความคาดหวังไว้ถ้าผู้ให้บริการต้องการทำให้ลูกค้ามีความสุขกับการใช้บริการ คุณภาพที่ระดับนี้อาจจะไม่พอเพียง

3. คุณภาพที่ดี แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์สูงกว่าความคาดหวังไว้ซึ่งเป็นผลให้ลูกค้าสนใจที่จะยังใช้บริการต่อไป และมากกว่านั้นยังก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากไปยังลูกค้ากลุ่มอื่น

4. คุณภาพที่เหนือกว่า แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ที่เกินกว่าความต้องการจริงของลูกค้า ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจในบริการและยินยอมที่จะจ่ายแพงในการใช้บริการ

6. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือเรียกว่า 7Ps ซึ่งประกอบด้วย 1) สินค้าและบริการ (Product and Services), 2) ราคา (Price), 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels), 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) นอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. 2541 : 337) 5) ผู้ให้บริการ (People), 6) การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation), และ 7) กระบวนการในการให้บริการ (Process) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) (TQM) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) โดยสร้างกลยุทธ์ในแต่ละประเภทของส่วนประสมทางการตลาดอันได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Services) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย เพื่อสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตน (Tangible) หรือไม่มีตัวตนก็ได้ (Intangible) ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line)

2) ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน และราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วย สถาบันหรือกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.3.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication (IMC)) โดย

พิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ และ (หรือ) ผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยอุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

4.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy) และยุทธวิธี การโฆษณา (Advertising tactics)

4.1.2 กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาด โดยใช้บุคคล งานในข้อนี้เกี่ยวข้องกับ

4.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy)

4.2.2 การจัดการหน่วยงานขาย (Salesforce management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่ นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง สามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)

4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Salesforce promotion)

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) และการตลาดเชื่อมตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิด การตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริม ผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย

4.5.1 การขายทางโทรศัพท์

4.5.2 การขายโดยใช้จดหมายตรง

4.5.3 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

4.5.4 การขายทางโทรทัศน์ วิทย์ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้อุปอง แลกซื้อ

5) ผู้ให้บริการ (People) ในธุรกิจบริการ ผู้ที่ให้บริการเป็นบุคคล เราสามารถสร้างความแตกต่างในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดและความแตกต่างจากคู่แข่งได้ ดังนั้นในการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้ที่จะให้บริการ สามารถทำได้ตั้งแต่การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) และคุณภาพของผู้ให้บริการที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

5.1 ทักษะการแสดงออก

5.2 ทักษะที่ดีต่อการดูแลเอาใจใส่

5.3 การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

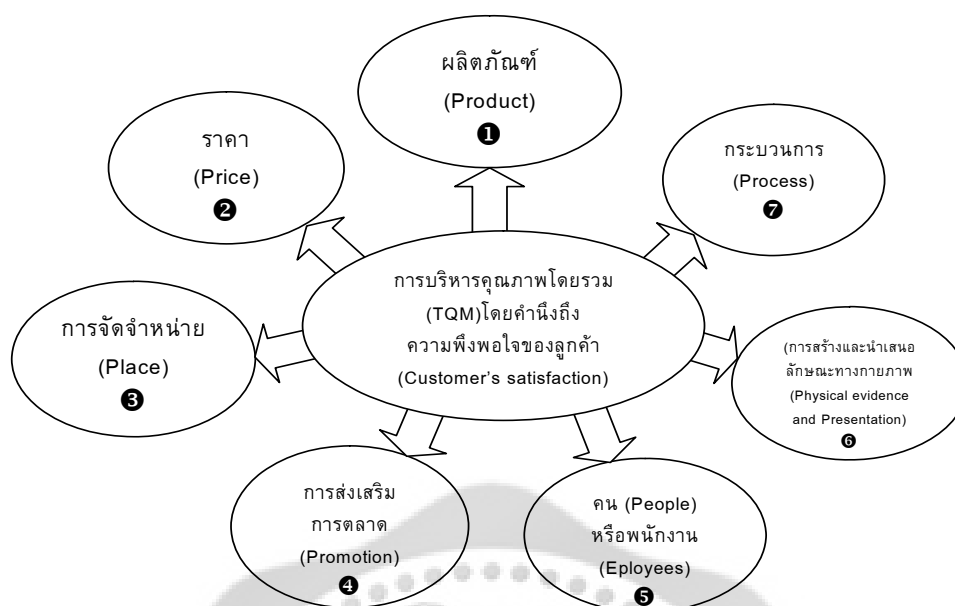
5.4 การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

5.5 การแก้ไขปัญหา

5.6 มีบุคลิกภาพที่ดี

6) ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) ผู้ให้บริการพยายามที่จะสาธิตการให้บริการโดยการนำเสนอ ผ่านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ให้บริการ (Physical evidence) ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ รูปแบบสถานที่เพื่อสร้างความดึงดูด และความสนใจแก่ผู้รับบริการ เช่น การตกแต่งหน้าร้าน ความสะอาดเรียบร้อย เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อลูกค้าในแต่ละศูนย์ จะมีรูปแบบการฝึกพนักงานที่มีมาตรฐาน และขั้นตอนที่กำหนดไว้ เช่น ต้องทำอะไรก่อนหลังในเวลาเท่าไร เป็นต้น

7) กระบวนการให้บริการ (Processes) ในการให้บริการบริษัทผู้ให้บริการควรมีวิธีการหรือกระบวนการให้บริการที่แตกต่างหรือให้ผู้รับบริการรับรู้เมื่อบริการได้อย่างราบรื่นเพราะเนื่องจากว่าการให้บริการมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถให้บริการในพร้อมกันครั้งละมากๆ ดังนั้นการสร้างกระบวนการในการรับบริการจะทำให้ผู้ให้บริการสามารถจัดการกับความต้องการของผู้รับบริการในคราวละมากๆ ได้ เช่น การนัดหมายเวลา การเรียงลำดับการให้บริการ เป็นต้น เพื่อให้เกิดมาตรฐานในการให้บริการ



ภาพประกอบ 10 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for services)
ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า. 434.

คอตเลอร์ (Kotler.2003) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Strategies for Service Firms) จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ ทั้งการตลาดภายใน (Internal Marketing) ซึ่งองค์กรต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External Marketing) โดย การสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย (Interaction Marketing) โดยมี รายละเอียดดังนี้

1) การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในขององค์กรจะรวมถึง การฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานที่ให้บริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารวมถึงพนักงานที่ ให้การสนับสนุนการให้บริการโดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับ ลูกค้า

2) การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้ บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการ ให้บริการแก่ลูกค้า

3) การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ซึ่งคุณภาพจะเป็น ที่ยอมรับ หรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดย พิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 คุณภาพด้านเทคนิค (Technical Quality)

3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional Quality)

3.3 คุณภาพด้านบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ (Search Quality)

3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience Quality) ที่ลูกค้าจะประเมินได้หลังซื้อ

3.5 คุณภาพด้านความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence Quality) ที่ลูกค้าจะประเมินได้หลังใช้บริการ

7. การตรวจสอบสุขภาพประจำปีของลูกจ้าง

วัตถุประสงค์เพื่อให้มีการเฝ้าระวังโรคจากการทำงานที่อาจเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ทำให้ทราบภาวะสุขภาพและแนวโน้มการเจ็บป่วยของลูกจ้าง หรือหากลูกจ้าง เริ่มมีพยาธิสภาพ การเจ็บป่วย ในระยะเริ่มต้น จะได้มีการให้การรักษาหรือป้องกันได้ทันทั่วทั้งที่ นอกจากนี้ ยังสามารถนำมาวิเคราะห์ทางระบาดวิทยาเพื่อประเมินมาตรการป้องกันต่างๆ ที่นำมาใช้นั้น ว่าได้ผลหรือมีประสิทธิภาพดีพอหรือไม่

7.3.1 ความหมายการตรวจสอบสุขภาพลูกจ้าง

คำจำกัดความ ตามกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบสุขภาพของลูกจ้าง และส่งผลการตรวจแก่พนักงานตรวจแรงงาน

การตรวจสอบสุขภาพลูกจ้าง หมายถึง การตรวจร่างกายและสภาวะทางจิตใจ ตามวิธีการทางแพทย์ เพื่อให้ทราบถึงความเหมาะสม และผลกระทบต่อสุขภาพของลูกจ้างอันอาจเกิดจากการทำงานทั้งนี้การตรวจสอบสุขภาพของลูกจ้างที่ทำงานเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยง ให้ดำเนินการโดยแพทย์แผนปัจจุบันขั้นที่หนึ่ง ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพเวชกรรม ด้านอาชีวเวชศาสตร์ หรือที่ผ่านการอบรม ด้านอาชีวเวชศาสตร์ หรือมีคุณสมบัติตามที่อธิบดีกำหนด

7.3.2 ประเภทการตรวจสอบสุขภาพคนงานโดยทั่วไป การตรวจสอบสุขภาพคนงาน ประกอบด้วย

1) การตรวจสอบสุขภาพตามระยะเวลาการทำงาน

2) การตรวจสอบสุขภาพตามอายุ และเพศ

ทั้งนี้การตรวจสอบสุขภาพทั้ง 2 ประเภท ควรทำควบคู่กันไป เนื่องจากคนงานมีความเสี่ยงต่อปัจจัยทั้งในและนอกงาน รวมถึงรายการตรวจทั้ง 2 ประเภท มีความเกี่ยวพันใช้ประโยชน์ร่วมกันได้

7.3.2.1 การตรวจสอบสุขภาพตามระยะเวลาการทำงาน ประกอบด้วย

1) การตรวจสอบสุขภาพเมื่อแรกเริ่มเข้าทำงาน หรือเมื่อลูกจ้างเปลี่ยนหน้าที่และได้รับปัจจัยเสี่ยงต่างจากเดิม

2) การตรวจสอบสุขภาพระหว่างการทำงาน หรือการตรวจสอบสุขภาพเป็นระยะเป็นประจำ

3) การตรวจสุขภาพคนงานก่อนกลับเข้าทำงาน ภายหลังการเจ็บป่วยหรือมีอุบัติเหตุเกิดขึ้น

7.3.2.2 การตรวจสุขภาพก่อนออกจากงาน การตรวจสุขภาพแรกรับเข้าทำงาน หรือเมื่อลูกจ้างเปลี่ยนหน้าที่และได้รับปัจจัยเสี่ยงต่างจากเดิม เป็นการตรวจสุขภาพที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินว่าลูกจ้างมีสุขภาพเหมาะสมกับงานที่จะทำหรือไม่ เนื่องจากแต่ละคนจะมีข้อจำกัด ทางร่างกาย ในการทำงานไม่เหมือนกัน เช่น คนมีประวัติแพ้อากาศไม่ควรทำงานเกี่ยวข้องกับฝุ่น คนรูปร่างเล็กไม่เหมาะกับทำงานเครื่องจักร ที่ออกแบบระบบเหมาะสม กับคนรูปร่างขนาดใหญ่ทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลพื้นฐานสุขภาพดั้งเดิมของลูกจ้าง สำหรับการเฝ้าระวังโรคจากการทำงาน คือหลังจากที่คนงานทำงานแล้ว มีการตรวจสุขภาพอีกครั้ง การตรวจสุขภาพเมื่อแรกรับเข้าทำงานหรือกรณีเปลี่ยนงาน ให้ดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายใน 30 วันนับตั้งแต่รับลูกจ้างเข้าทำงาน

7.3.2.3 การตรวจสุขภาพระหว่างการทำงาน หรือการตรวจสุขภาพเป็นระยะเป็นประจำ เป็นการตรวจติดตามหรือเฝ้าระวังสุขภาพคนงาน ซึ่งอาจมีแนวโน้มทรุดโทรมลงหลังจากได้รับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ จึงเป็นการค้นหาว่า สุขภาพของลูกจ้างได้รับผลกระทบจากการทำงานหรือไม่ การตรวจสุขภาพระหว่างการทำงานเป็นประโยชน์ในการค้นหาโรคในระหว่างเริ่มต้นได้ ซึ่งจะช่วยให้มีการดำเนินมาตรการคุ้มครองสุขภาพคนงานก่อนที่โรคจะลุกลามต่อไป นอกจากนี้ผลการตรวจร่างกายคนงานนี้ยังสามารถใช้ประเมินมาตรการป้องกันโรคที่ดำเนินอยู่ รวมทั้งมาตรการรักษาพยาบาลที่ใช้อยู่มีประสิทธิภาพดีหรือไม่โดยปกติให้มีการตรวจอย่างน้อยปีละครั้ง แต่ในบางกรณีที่สภาพงานมีความเสี่ยง เช่น งานประดาน้ำ หรือกรณีที่มีสารเคมีในร่างกายสูงเกินปกติ อาจมีการตรวจมากกว่า 1 ครั้ง ตามลักษณะความเสี่ยงนั้นๆ

7.3.2.4 การตรวจสุขภาพคนงานก่อนกลับเข้าทำงาน ภายหลังการเจ็บป่วยหรือมีอุบัติเหตุขึ้น เป็นการตรวจสุขภาพเพื่อประเมินสมรรถภาพโดยรวมของคนงาน ก่อนที่จะจัดหางานที่เหมาะสมให้คนงานทำ จะช่วยให้ได้ข้อมูลพื้นฐานทางสุขภาพใหม่ และยังเป็นประโยชน์ในการพิจารณาเพื่อฟื้นฟู สมรรถภาพคนงานอีกด้วย นอกจากนี้กฎหมายกำหนดว่ากรณีที่ลูกจ้างหยุดงานเกิน 3 วันทำงานติดต่อกัน เนื่องจากการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยไม่ว่ากรณีใดๆ นายจ้างอาจขอความเห็นจากแพทย์ผู้ทำการรักษา หรือแพทย์ประจำสถานประกอบกิจการ หรือจัดให้มีการตรวจสุขภาพของลูกจ้างก่อนให้ลูกจ้างกลับเข้าทำงานอีกครั้งก็ได้

7.3.2.5 การตรวจสุขภาพก่อนออกจากงาน เป็นการตรวจสุขภาพเพื่อทราบภาวะสุขภาพคนงานที่กำลังออกจากงาน เป็นประโยชน์ในการใช้ประกอบหลักฐาน เพื่อพิจารณาสาเหตุการเกิดโรคจากการทำงานของคนงานในภายหลัง อย่างไรก็ตามกฎหมายมิได้บังคับ หรืออาจสรุประยะการตรวจสุขภาพตามกฎหมาย คือ

- 1) ตรวจภายใน 30 วัน เมื่อ รับลูกจ้างเข้าทำงาน
- 2) ตรวจภายใน 30 วัน เมื่อเปลี่ยนงานให้ลูกจ้าง
- 3) ตรวจสุขภาพลูกจ้างครั้งต่อไปอย่างน้อยปีละครั้ง

4) กรณีสภาพของงานมีความจำเป็นตรวจสอบตามระยะเวลาอื่น ให้ตรวจสอบตามระยะเวลานั้นๆ

5) กรณีลูกจ้างหยุดงานเกิน 3 วันทำงานติดต่อกัน เนื่องจากประสบอันตราย หรือเจ็บป่วย อาจตรวจก่อนกลับเข้าทำงาน

ผลการตรวจสุขภาพจะบันทึกไว้ในสมุดสุขภาพ ซึ่งกำหนดให้นายจ้างเก็บไว้ให้พนักงานตรวจแรงงานตรวจสอบได้ตลอดเวลา โดยให้เก็บไว้ไม่น้อยกว่า 2 ปี นับแต่วันสิ้นสุดของการจ้างแต่ละราย เว้นแต่มีการฟ้องร้องคดีเกี่ยวกับโรคหรืออันตรายอย่างใดต่อสุขภาพลูกจ้าง ให้เก็บไว้จนกว่าคดีสิ้นสุด

7.3.3 การตรวจสุขภาพตามอายุความเสื่อมของสุขภาพและโรคภัยที่เกิดจากความเสื่อมของสุขภาพในแต่ละช่วงอายุก็เป็นประเด็นที่ไม่ควรมองข้ามในการจัดบริการตรวจสุขภาพและเฝ้าระวังโรค ทั้งนี้ โปรแกรมการตรวจสุขภาพเพื่อการเฝ้าระวังโรค และการส่งเสริมสุขภาพตามอายุ มี 2 แนวทาง คือ

1) แนวทางของTheUSpreventivetaskforce(1989)

2) แนวทางของแพทยสภา

5.3.3.1 องค์ประกอบการตรวจสุขภาพลูกจ้าง ประกอบด้วย

- 1) การสัมภาษณ์ประวัติที่เกี่ยวข้องกับการเกิดโรคของลูกจ้าง
- 2) การตรวจสุขภาพทั่วไปโดยแพทย์
- 3) การทดสอบการเปลี่ยนแปลงสรีระการทำงานของร่างกาย
- 4) การตรวจทางห้องปฏิบัติการ

7.3.3.2 การสัมภาษณ์ประวัติที่เกี่ยวข้องกับการเกิดโรคของลูกจ้าง

ประวัติส่วนตัวของคนทำงาน เช่น อายุ อาหาร ถิ่นกำเนิด งานอดิเรก ที่พักอาศัย การสูบบุหรี่ ดื่มสุรา สถานที่เคยไปก่อนเกิดโรค สารเคมีที่ใช้ในบ้าน ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการคัดกรองปัจจัยร่วมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นโรค เช่น การเสื่อมของสายตา การได้ยิน จะเพิ่มขึ้นตามอายุการมีประวัติเคยเป็นนักกีฬาวิ่ง ปั่น อาจเป็นสาเหตุของหูตึงได้ ประวัติการสูบบุหรี่มีส่วนสนับสนุนการเกิดโรคมะเร็งปอด เป็นต้น ประวัติครอบครัว ได้แก่ อาชีพของคนในครอบครัว โรคทางพันธุกรรม รวมทั้งโรคภัยไข้เจ็บ และสาเหตุการเสียชีวิตของสมาชิกในครอบครัว ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กับอาการโรคที่ลูกจ้างเป็นปัจจุบัน

1) ประวัติการเจ็บป่วยของลูกจ้าง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อทราบข้อมูลพื้นฐานสุขภาพที่มีอยู่แต่เดิม และเป็นการสืบค้นหาสาเหตุของโรคที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาจเกิดจากสาเหตุโรคประจำตัวหรือโรคที่มีอยู่แต่เดิม เช่น ลูกจ้างมีประวัติเป็นโรคพยาธิหรือไข้มาลาเรีย จะเป็นสาเหตุทำให้เกิดโรคโลหิตจาง หรือลูกจ้างที่มีโรคภูมิแพ้จะแสดงอาการของโรคระบบหายใจได้ ลูกจ้างที่มีประวัติโรคตับอักเสบเรื้อรัง จะไม่เหมาะสมกับงานที่เกี่ยวข้องกับสารตัวทำลายรวมทั้งประวัติการแพ้ยาต่างๆ และยาที่ใช้เป็นประจำ

2) ประวัติการทำงาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ลักษณะงานที่ทําสารเคมี หรือสภาพอันตรายที่ลูกจ้างคาดว่าจะได้รับการทํางาน การใช้เครื่องป้องกันอันตรายส่วนบุคคล ระยะเวลาทํางาน ถิ่นที่ไปทํางาน เพื่อประเมินความเกี่ยวข้องกับตัวเหตุที่อาจทำให้เกิดโรคจากการทํางาน

7.3.4 การตรวจสุขภาพทั่วไปโดยแพทย์ การตรวจสุขภาพทั่วไป แพทย์จะตรวจดูสภาพร่างกาย อาการแสดงต่างๆ ของโรคที่ปรากฏกับ ลูกจ้าง การสอบถามอาการโรค และการพัฒนาอาการของโรคประกอบการสังเกต ตรวจอาการทางระบบหายใจ ผิวหนัง สีเล็บ เหงือก ตา สีหน้า ศีรษะ ผื่นที่ผิดปกติ การวัดความดันโลหิต ชีพจร น้ำหนัก ส่วนสูง การทดสอบระบบประสาทต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยัง รวมถึงการสังเกตพฤติกรรม บุคคล การเคลื่อนไหว การตอบสนองต่อสิ่งเร้าของลูกจ้าง เช่น การมีพฤติกรรมก้าวร้าว เจ็บเหงา หาวนอน ตื่นตกใจง่าย หรืออาการตื่นเต้นผิดปกติ อารมณ์แปรปรวน เป็นต้น

7.3.4.1 การทดสอบการเปลี่ยนแปลงสรีระการทํางานของร่างกาย เป็นการตรวจดูการเปลี่ยนแปลงของสรีระการทํางานของร่างกาย ซึ่งมีผลมาจากอันตรายต่างๆ ที่ลูกจ้างได้รับการทํางาน

7.3.4.2 การทดสอบสมรรถภาพการได้ยิน ในกลุ่มลูกจ้างเกี่ยวข้องกับเสียงดัง

7.3.4.3 การทดสอบสมรรถภาพสายตา ในกลุ่มลูกจ้างเกี่ยวข้องกับแสงจ้าหรือรังสีต่างๆ รอบตัวลูกจ้างที่ใช้สายตาเพ่งขณะทํางานเป็นระยะเวลานานๆ

7.3.4.4 การทดสอบสมรรถภาพปอด ในกลุ่มลูกจ้างที่ทํางานเกี่ยวข้องกับฝุ่น หรือสารเคมีที่มีผลกระทบต่อการทำงานของปอดและหลอดลม

7.3.4.5 การทดสอบสมรรถภาพกล้ามเนื้อ เช่น ขา หลัง มือ เพื่อดูความแข็งแรง ความคงทนในลูกจ้าง ต้องใช้กำลังยกของ

7.3.4.6 การถ่ายภาพรังสีทรวงอก โดยทั่วไปในการตรวจสุขภาพลูกจ้างเพื่อการค้นหาโรคโดยวิธีการถ่ายภาพรังสีจะเน้นการถ่ายภาพรังสีทรวงอกในกลุ่มลูกจ้างเกี่ยวข้องกับฝุ่น หรือสารเคมีที่มีผลต่อระบบหายใจ ซึ่งจะเป็นการถ่ายภาพรังสีโดยใช้ฟิล์มขนาด 14" X 17" หรือ 17" X 17" โดยถ่ายจากด้านหลังของร่างกาย (post / ant chest x-ray) ซึ่งการใช้ฟิล์มขนาดใหญ่จะทำให้แพทย์สามารถวิเคราะห์รอยโรคได้ชัดเจนแม่นยำ

7.3.4.7 การตรวจความสมบูรณ์ของเม็ดเลือด ได้แก่ การวัดความเข้มข้นของเลือด (Hb) การวัดปริมาณเม็ดเลือดแดงอัดแน่น (Hct) การนับจำนวนเม็ดเลือดขาว (WBC Count) การนับแยกชนิดเม็ดโลหิตขาว (Differential WBC) การตรวจรูปร่างและการติดสีของเม็ดเลือดแดง (RBC Morphology) เป็นต้น เป็นการตรวจเพื่อดูความผิดปกติของระบบไหลเวียนโลหิตในร่างกาย สามารถบอกถึงภาวะโลหิตจาง โรคเลือดต่าง ๆ การติดเชื้อ โดยแปลผลการตรวจรวมกับการตรวจอื่น ๆ

7.3.4.8 การตรวจดูเสมหะ เช่น ในกรณีทำงานเกี่ยวข้องกับแอสเบสตอส การตรวจปัสสาวะทั่วไป เป็นการตรวจทางด้านทางกายภาพ เคมี รวมทั้งการดูตะกอนปัสสาวะทาง กล้องจุลทรรศน์ เพื่อดูความผิดปกติของระบบปัสสาวะ

7.3.4.9 การตรวจเอกซเรย์ปอด เป็นการตรวจเพื่อดูพยาธิสภาพของปอด โรคที่สามารถตรวจพบได้จากการเอกซเรย์ปอด เช่น วัณโรค ถุงลมโป่งพอง เนื้องอกในปอด เป็นต้น สำหรับผู้ที่ต้องสูดดมอากาศที่มีฝุ่นละอองควันทันเป็นประจำ ควรเข้ารับการตรวจเอกซเรย์ปอด ปีละครั้ง

7.3.4.10 การตรวจระดับไขมันในเลือด เป็นการตรวจเพื่อดูปริมาณไขมัน ชนิดต่าง ๆ ในร่างกาย คือ โคเลสเตอรอล ไตรกลีเซอไรด์และเอชดีแอลมีประโยชน์ในการติดตาม และควบคุมดูแลไม่ให้มีไขมัน ในเลือดมากหรือน้อยเกินไป ซึ่งจะทำให้เกิดโรคอื่น ๆ ตามมา ในคน ปกติควรตรวจปีละครั้ง แต่หากเป็นผู้ที่มีระดับไขมันในเลือดผิดปกติ ต้องการการควบคุมดูแลอย่างดี ก็ควรตรวจเป็นประจำตามคำสั่งของแพทย์

7.3.4.11 การตรวจระดับน้ำตาลในเลือด มีประโยชน์ในการค้นหาผู้ที่เป็น โรคเบาหวานในระยะเริ่มต้น เพื่อการรักษาหรือควบคุมอาหารไม่ให้เพิ่มมากขึ้น

7.3.4.12 การตรวจการทำงานของตับ มีความสำคัญมากเนื่องจากตับ เป็นอวัยวะที่สามารถทำงานได้ โดยที่ร่างกายไม่แสดงอาการแม้ว่าเซลล์ตับจะเสียหายไปมากกว่า 60% การตรวจการทำงานของตับสามารถบอกถึงความผิดปกติของตับได้ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น มี รายการตรวจการทำงานของตับที่นิยมกัน คือ เอส จี โอ ที (SGOT หรือ AST), เอส จี พี ที (SGPT หรือ ALT) และ แอลคาไลน์ฟอสฟาเทส (ALP)

7.3.4.13 การตรวจการทำงานของไต การตรวจการทำงานของไตในการ ขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย ประกอบด้วยการตรวจ 2 ชนิด คือ บี ยู เอ็น (BUN) และ ครีเอ ตินีน

7.3.4.14 การตรวจมะเร็งปากมดลูกในสตรี หรือการตรวจภายใน สตรีที่มี อายุ 35 ปีขึ้นไป ควรรับการตรวจมะเร็งปากมดลูกอย่างน้อยปีละครั้ง เนื่องจากมะเร็งปากมดลูกเป็น โรคที่มีอุบัติการณ์สูง การตรวจและรักษาตั้งแต่ระยะแรก ๆ จะมีโอกาสหายขาดได้มากขึ้น

7.3.4.15 การตรวจหาปริมาณสารเคมีที่ลูกจ้างได้รับ และสะสมอยู่ใน อวัยวะเป้าหมายต่างๆ เช่น การตรวจหาปริมาณสารตะกั่วในเลือด เป็นต้น

7.3.4.16 การตรวจหาสารเมตาโบไลต์ (Metabolite) หรือสารที่เกิดขึ้นใน ร่างกาย อันเป็นผลจากการได้รับสารเคมีบางชนิดจากการทำงาน เช่น ลูกจ้างเกี่ยวข้องกับสารโกลู อีน จะตรวจหาปริมาณกรดฮิฟพิวริกในปัสสาวะ หากการทำงานเกี่ยวข้องกับไซลีน ตรวจหากรด เมธิลฮิฟพิวริกในปัสสาวะ ส่วนลูกจ้างที่เกี่ยวข้องกับสไตรีน ให้ตรวจระดับกรดแมนดาร์ริกในปัสสาวะ เป็นต้น การตรวจหาสารภายในร่างกายเป็นตัวชี้ปริมาณสารที่ร่างกายได้รับจากทุกๆทาง

7.3.4.17 การตรวจเพิ่มเติมอื่นๆ ตามความจำเป็น เช่น การตรวจจุลจากระ การตรวจการทำงานของระบบประสาทส่วนกลางและโดยรอบ เมื่อมีการทำงานเกี่ยวข้องกับสารเคมี ที่ทำให้ระบบประสาทมีการทำงานผิดปกติ การตรวจนับสเปิร์ม กรณีทำงานเกี่ยวข้องกับสารที่ทำให้ระบบสืบพันธุ์ทำงานผิดปกติ

7.3.5 ประเภทกิจการกับการเสี่ยงโรค พนักงานในสถานประกอบกิจการต่าง ๆ เกือบทุกแห่ง มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรคเนื่องจากการทำงานได้แทบทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับ สภาพแวดล้อม สภาพการทำงาน และเทคโนโลยีของสถานประกอบกิจการนั้นๆ ทำให้สถาน ประกอบการประเภทเดียวกัน จึงอาจมีปัจจัยเสี่ยงมากน้อยไม่เท่ากัน หรืออาจมีปัจจัยเสี่ยงแตกต่างกันได้ ดังนั้นจึงต้องมีการประเมินความเสี่ยงก่อนพิจารณาใช้มาตรการดำเนินงานเพื่อสุขภาพ อนามัยที่ดีของแรงงาน ข้อมูลดังต่อไปนี้เป็นแนวโน้มโอกาสการเกิดโรคจากการทำงานของสถาน ประกอบการ ตามชนิดของปัจจัยเสี่ยงที่มีใช้ในสถานประกอบการประเภทนั้นๆ สถานประกอบการที่ คล้ายคลึงกันสามารถนำไปพิจารณาประกอบ เป็นแนวทางในการประเมินความเสี่ยงได้ ซึ่ง โดยทั่วไป เมื่อแบ่งประเภทของสถานประกอบกิจการกับการเกิดโรคเนื่องจากการทำงาน จะมี ดังต่อไปนี้

7.3.5.1 การตรวจสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยง หมายถึง การตรวจสุขภาพ ตามลักษณะอันตรายที่คนงานได้รับ หรือเกี่ยวข้องอยู่ โดยปกติจะแบ่งลักษณะของปัจจัย เสี่ยง ออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ

1) ปัจจัยทางเคมี สารเคมีที่ใช้หรือเกิดขึ้นในขบวนการผลิต สามารถก่อให้เกิดอันตรายต่อคนงานได้ สารเคมีอาจมีสถานะเป็นของแข็ง หรือของเหลว หรืออยู่ใน รูปไอ พุ่ม ฝุ่น ก๊าซ ซึ่งสามารถก่อให้เกิด อันตรายเฉพาะที่ หรือส่วนของร่างกายที่สัมผัสโดยตรง เช่น กรดถูกผิวหนังจะมีฤทธิ์กัดทำลายผิวหนังได้ สารบางอย่างมีฤทธิ์ทำลายระบบเช่น สารตัวทำ ละลาย มีฤทธิ์ทำลายระบบประสาท ทำลายสมอง สารบางอย่างก่อให้เกิดอันตรายแบบเฉียบพลัน เช่น การหายใจเอาก๊าซคลอรีน หรือก๊าซแอมโมเนียปริมาณสูงเข้าไป จะทำให้เกิดอาการหายใจ ลำบาก ติดขัด ปวดบวม และสูญเสียชีวิตไปได้ สารบางอย่าง ก่อให้เกิดอันตรายแบบเรื้อรัง โดยการ รับอันตรายสะสม เช่น การทำงานเกี่ยวข้องกับสารตะกั่วเป็นระยะเวลานาน โดยขาดการป้องกันที่ดี จะทำให้เกิด โรคพิษตะกั่ว การเข้าสู่ร่างกายของสารเคมีมี 3 ทาง แต่พบว่าคนงานได้รับสารเคมีเข้าสู่ ร่างกายมากที่สุดโดยการหายใจ รองลงมาคือการซึมเข้าสู่ผิวหนัง ถึงแม้ว่าปกติผิวหนังจะมีชั้น ไขมัน ทำหน้าที่ป้องกันการดูดซึมสารเข้าสู่ร่างกาย แต่สารเคมีบางชนิดสามารถทำลายชั้นไขมัน เหล่านั้นได้ เช่น สารประเภทตัวทำละลายต่างๆ ยาฆ่าแมลง ฯลฯ ส่วนการเข้าสู่ร่างกายของสารโดย การกิน ส่วนใหญ่เป็นไปโดยบังเอิญ หรือไม่ตั้งใจเป็นส่วนใหญ่ เช่น การใช้มือประอะเปื้อนสารหยิบ จับอาหารเข้าปาก เป็นต้น เนื่องจากสารเคมีที่มีใช้ในอุตสาหกรรมมีเป็นจำนวนมากมายสามารถ ก่อให้เกิดโรคจากการทำงานได้ทุกระบบของร่างกาย ขึ้นกับปริมาณการได้รับสารนั้นๆ

2) ปัจจัยทางกายภาพ ได้แก่ ความร้อนจัด ความเย็นจัด รังสี ชนิดต่างๆ แสงจ้า เสียงดัง ความสั่นสะเทือน ความกดดันของบรรยากาศที่เกิดขึ้นขณะทำงาน เช่น

คนงานเชื่อมโลหะจะมีโอกาสเสี่ยงอันตรายจากแสงเชื่อมหรือรังสีอินฟราเรด ซึ่งเป็นอันตรายต่อการทำงานกับเครื่องมือหรืออุปกรณ์ ก่อให้เกิด ความสั่นสะเทือน อาจก่อให้เกิดอันตรายเฉพาะส่วนของร่างกาย เช่น มือและแขน การทำงานในที่ที่มีเสียงดังเกิน 85 เดซิเบล (เอ) ขึ้นไป จะมีผลต่อเซลล์ประสาทหูทำให้หูตึงได้

3) ปัจจัยทางชีวภาพ ได้แก่ เชื้อโรคต่างๆ เช่น ไวรัส แบคทีเรีย รา ยีส ฝุ่นฝ้าย ฝุ่นขานอ้อย และสัตว์พาหะนำโรคต่างๆ หากคนงานทำงานเกี่ยวข้องกับเชื้อโรคต่างๆ หรือทำงานในพื้นที่เป็นแหล่งโรคจะก่อให้เกิดโรคเนื่องจากการทำงานได้ เช่น โรคมาลาเรียในกลุ่มคนงานสร้างทางในป่า ส่วนคนงานทำความสะอาด ท่อระบายน้ำ หรือคนงานเก็บขยะ มีความเสี่ยงต่อโรคฉี่หนู (Leptospirosis) ซึ่งมีหนูเป็นพาหะ เป็นต้น

4) อันตรายจากสภาพแวดล้อมทางเออร์โกโนมิกส์ การจัดสภาพการทำงานที่ไม่เหมาะสมกับสรีรร่างกายของคนงาน ทำให้คนงานทำงานในท่าทางที่ไม่เป็นธรรมชาติ เช่น การเอื้อม การเอี้ยวตัว หรือวิธีการทำงานที่ซ้ำซาก การทำงานในท่าเดี๋ยวก้นนานเกินไป การยกของหนักด้วยท่าทางไม่ถูกต้อง ทำให้คนงานมีอาการปวดหลัง ปวดไหล่ ปวดขา เป็นโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ กระดูก คนงานที่ยืนนานเกินไป อาจมีความเสี่ยงต่อโรคเส้นเลือดอุดตัน นอกจากนี้ยังรวมถึงความเครียดที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน เนื่องจากชั่วโมงการทำงานที่ยาวนานเกินไป การทำงานกะซึ่งเป็นสาเหตุของโรคกระเพาะ โรคหัวใจ และความดันโลหิตสูง ความเคร่งเครียดในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงานไม่ดี ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพกายและจิตใจ ทำให้เกิดโรคจากการทำงานได้ การจัดรายการตรวจสอบสุขภาพในที่นี้จะนำเสนอตามกลุ่ม ซึ่งเป็นแนวทางของหน่วยงานกลาโหม และราชนาวิของสหรัฐอเมริกา จัดทำรายการตรวจสอบสุขภาพให้บุคลากรในองค์กร ทั้งนี้ดำเนินงานตามแนว NIOSH และ OSHA แนะนำ ซึ่งรายการตรวจต่างๆ กำหนดให้แพทย์แสดงความเห็นต่อผลการตรวจ และการกำหนดรายการตรวจเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม รายการตรวจสอบสุขภาพตามความเสี่ยงดังกล่าว แบ่งตามกลุ่ม ดังนี้

- 1) รายการตรวจสอบสุขภาพให้คนที่ทำงานเกี่ยวกับสารเคมี
- 2) รายการตรวจสอบสุขภาพตามลักษณะอาชีพ
- 3) รายการตรวจสอบสุขภาพให้คนที่ทำงานเกี่ยวกับสารหลาย

อย่าง

- 4) รายการตรวจสอบสุขภาพตามปัจจัยเสี่ยงกายภาพ

7.3.6 การควบคุมมาตรฐานการตรวจสอบสุขภาพ

5.3.6.1 การตรวจสอบสุขภาพคนงาน เพื่อให้เกิดการคัดกรองสุขภาพคนงานที่มีประสิทธิภาพจะต้องคำนึงการควบคุมคุณภาพการตรวจสอบสุขภาพ นับตั้งแต่ การจัดรายการตรวจสอบสุขภาพที่เหมาะสมกับกลุ่มเสี่ยงโรค การเลือกใช้หน่วยตรวจสอบสุขภาพที่มีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านโรคเนื่องจากการทำงาน ได้แก่ แพทย์อาชีวเวชศาสตร์ พยาบาลอาชีวอนามัย และนักเทคนิคการแพทย์ที่ทำหน้าที่เก็บตัวอย่างเลือด ปัสสาวะ ด้วยความชำนาญและนำไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องที่

มีความแม่นยำสูง มีการควบคุมคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ เป็นต้น และการเตรียมตัวของลูกจ้างที่จะเข้ารับการตรวจสุขภาพ ในที่นี้จะกล่าวถึงการควบคุมคุณภาพการตรวจ 2 ประการ คือ

7.3.6.2 การเตรียมตัวของลูกจ้างเพื่อการตรวจสุขภาพ

- 1) การตรวจร่างกายทั่วไป
- 2) การตรวจเลือด
- 3) การตรวจปัสสาวะ
- 4) การตรวจสมรรถภาพปอด
- 5) การตรวจสมรรถภาพการได้ยิน
- 6) การตรวจสมรรถภาพการมองเห็น
- 7) การตรวจหาปริมาณสารเคมีในร่างกาย

7.3.7 แนวทางการเลือกใช้หน่วยบริการตรวจสุขภาพ

7.3.7.1 การเตรียมตัวของลูกจ้างก่อนที่จะตรวจสุขภาพ

1) การตรวจร่างกายทั่วไป ลูกจ้างต้องพักผ่อนให้เพียงพอ ลูกจ้างที่อดนอน อาจทำให้ผลการตรวจวัดความดันเลือดต่ำหรือสูงกว่าปกติได้ รวมทั้งอัตราการเต้นของหัวใจเร็วกว่าปกติ การวัดอุณหภูมิทางปาก ถ้าลูกจ้างรับประทานอาหาร เครื่องดื่มร้อนหรือเย็น เคี้ยวหมากฝรั่งหรือสูบบุหรี่ ควรเว้นระยะหลังจากการทำกิจกรรมดังกล่าวนาน 30 นาที จึงวัดอุณหภูมิเพื่อให้อุณหภูมิของเนื้อเยื่อในปากกลับคืนสู่ภาวะปกติ การวัดอุณหภูมิทางปาก ต้องสอดกระเปาะปรอทเข้าใต้ลิ้นและหุบปากให้สนิท

2) การตรวจเลือด การตรวจเลือดทั่วไป สามารถเจาะเลือดได้ทุกเวลาและไม่ต้องเตรียมตัวแต่อย่างใด ยกเว้น การตรวจระดับน้ำตาลและไขมันในเลือด ซึ่งต้องปฏิบัติ คือ งดอาหารและเครื่องดื่มหลังเวลาเที่ยงคืน (24.00 น.) จนกว่าจะเจาะเลือดในตอนเช้าแล้วเสร็จ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป หรือผู้ที่สูบบุหรี่ได้ไม่นาน หรือผู้ที่มีญาติพี่น้องเป็นโรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคความดันเลือดสูง อัมพาต หากจะตรวจวัดระดับน้ำตาลหรือไขมันในเลือด ให้งดอาหารและเครื่องดื่มให้ครบ 12 ชั่วโมง ก่อนเจาะเลือด จะทำให้ได้ผลการตรวจที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ที่ตรวจระดับไขมันในเลือด ควรลดอาหารประเภทที่มีไขมันสูงเป็นเวลา 3 วันก่อนตรวจด้วย

3) การตรวจปัสสาวะ ไม่จำเป็นต้องงดอาหารหรือน้ำ วิธีเก็บทำได้โดยทำความสะอาดบริเวณภายนอกของอวัยวะสืบพันธุ์ ถ่ายปัสสาวะช่วงแรกทิ้งและเก็บปัสสาวะช่วงกลางลงในภาชนะ ส่วนปัสสาวะช่วงท้ายให้ถ่ายทิ้งไป

4) การตรวจสมรรถภาพปอด สภาพร่างกายปกติ ในกรณีที่เคยเป็นโรคระบบทางเดินหายใจ เช่น ไข้หวัด หลอดลมอักเสบ ปอดบวม ต้องได้รับการรักษาหายมาแล้วอย่างน้อย 3 สัปดาห์ และไม่อยู่ในระยะหลังผ่าตัดใหม่ ๆ เช่น ผ่าตัดช่องอก ช่องท้อง เป็นต้น

ควรสวมใส่เสื้อผ้าที่สบาย ไม่รัดทรวงอกและท้อง ห้ามออกกำลังกายอย่างหนักก่อนตรวจอย่างน้อย 30 นาที ไม่ดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ก่อนตรวจอย่างน้อย 4 ชั่วโมง หยุดสูบบุหรี่ก่อนตรวจอย่างน้อย 2 ชั่วโมง หลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารจนอิ่มจัดก่อนตรวจอย่างน้อย 1 ชั่วโมง หยุดใช้ยาขยายหลอดลมก่อนตรวจ ถ้าใส่ฟันปลอมชนิดที่ถอดได้ ต้องถอดออก

5) การตรวจสมรรถภาพการไต่ยีน สภาพร่างกายปกติ ไม่เป็นไข้หวัดหรือหูด หยุดรับฟังเสียงดังก่อนตรวจอย่างน้อย 16 ชั่วโมง ในทางปฏิบัติมักจะทำการตรวจ ในวันจันทร์ที่เป็นวันแรกของสัปดาห์การทำงาน เพื่อให้ลูกจ้างได้หยุดรับฟังเสียงดังในวันหยุดประจำสัปดาห์ หลีกเลี่ยงการสัมผัสเสียงดังที่บ้าน มาถึงห้องตรวจสมรรถภาพการไต่ยีนก่อนรับการตรวจอย่างน้อย 5 นาที เพื่อป้องกัน การหอบเหนื่อยขณะทำการตรวจ ก่อนเข้าห้องตรวจสมรรถภาพการไต่ยีนให้ถอดที่คาดผม ต้มหูใหญ่ หรือแว่นตาออก (ถ้าสวมใส่อยู่)

6) การตรวจสมรรถภาพการมองเห็น สภาพดวงตาไม่เป็นอุปสรรคต่อการมองเห็น เช่น ตาเจ็บ ตาแดง เป็นต้น สายตาไม่ล้าหรือพร่ามัวจากงานที่กำลังทำอยู่ ผู้ที่สวมแว่นตาให้นำแว่นมาด้วย เพื่อทำการตรวจสอบแว่นตาที่ใช้อยู่ว่ามีความเหมาะสมกับการทำงานหรือไม่

7) การตรวจหาปริมาณสารเคมีในร่างกาย การเฝ้าระวังการได้รับสารเคมีเข้าสู่ร่างกายของลูกจ้างในสถานประกอบกิจการจะคำนึงถึง 2 ข้อมูลหลัก คือ ปริมาณสารเคมีในบรรยากาศการทำงาน ซึ่งจะบ่งชี้การได้รับสารเคมีเข้าสู่ร่างกายทางระบบหายใจ การตรวจหาปริมาณสารเคมีในร่างกายเป็นเป็นตัวบ่งชี้ถึงการได้รับสารเคมีเข้าสู่ร่างกายทุกทาง อย่างไรก็ตามการตรวจหาปริมาณสารเคมีในร่างกาย มีสิ่งนี้อาจทำให้ผลการตรวจผิดพลาดได้หลายประการ ทั้งจากผู้ทำการวิเคราะห์ เครื่องมือวิเคราะห์ และตัวผู้เข้ารับการตรวจเอง เป็นต้น ในที่นี้จะกล่าวถึงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกจ้างที่จะเข้ารับการตรวจต้องปฏิบัติ ซึ่งได้แก่

- การงดรับประทานอาหารบางชนิด การตรวจหากรดอียูปูริกในปัสสาวะ สำหรับลูกจ้างที่สัมผัสโกลูอิน ต้องงดรับประทานอาหารบรรจุกระป๋อง หรืออาหารอื่นๆ ที่มีการใส่วัตถุกันเสียก่อนเก็บตัวอย่างเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 48 ชั่วโมง

- การตรวจหาอะเซติกในปัสสาวะ สำหรับลูกจ้างที่สัมผัสสารอะเซติก (สารหนู) ต้องงดรับประทานอาหารทะเลก่อนเก็บตัวอย่างเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 48 ชั่วโมง

- การทำความสะอาดผิวหนังบริเวณที่จะเก็บตัวอย่าง a ก่อนที่จะการเก็บตัวอย่างต้องทำความสะอาดบริเวณนั้นก่อน โดยเฉพาะการเจาะเก็บตัวอย่างเลือด ต้องทำความสะอาดบริเวณผิวหนังที่จะมีการเจาะเลือดให้สะอาดจริง ๆ โดยต้องล้างมือและแขนด้วยสบู่และต้องแน่ใจว่าสบู่ไม่มีสารเคมีชนิดที่จะหาปริมาณสารเคมีในเลือดผสมอยู่ เช่น การหาปริมาณตะกั่วในเลือด สบู่ที่ใช้ฟอกมือและแขน ต้องเป็นชนิดที่ปราศจากตะกั่ว ถ้าไม่แน่ใจก็ควรนำมาตรวจสอบว่ามีตะกั่วเจือปนหรือไม่ เป็นต้น

- ช่วงเวลาที่เก็บตัวอย่างเพื่อตรวจหาปริมาณสารเคมีในร่างกาย ช่วงเวลาที่ใช้ในการเก็บตัวอย่างเลือด ปัสสาวะและลมหายใจออกเพื่อหาปริมาณสารเคมีในร่างกายของลูกจ้างที่สัมผัสสารเคมีอันตรายมีความสำคัญมาก เนื่องจากสารเคมีอันตรายบางชนิดที่เข้าสู่ร่างกายจะถูกเปลี่ยนแปลงให้เป็นสารอื่น และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยกระบวนการเผาผลาญของร่างกาย รวมทั้งมีการสลายตัว ซึ่งแต่ละสารจะมีระยะเวลาในการสลายตัวที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเก็บตัวอย่างเพื่อตรวจหาปริมาณสารเคมีที่สะสมในร่างกายหรือถูกกำจัดออก จะต้องเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยสอดคล้องกับชนิดของสารเคมีที่ลูกจ้างสัมผัส แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ

- สารเคมีที่ถูกกำจัดออกจากร่างกายอย่างรวดเร็ว และมีช่วงเวลาของการสลายตัวจนเหลือปริมาณเพียงครึ่งหนึ่งน้อยกว่า 5 ชั่วโมง สารเคมีประเภทนี้จะเก็บตัวอย่างในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังนี้

“ ก่อนเวลาการทำงาน ” หมายความว่า ไม่ได้สัมผัสสารเคมีก่อนเก็บตัวอย่าง เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 16 ชั่วโมง หรือ

“ ระหว่างเวลาการทำงาน ” หมายความว่า หลังจากสัมผัสสารเคมีเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง หรือ

“ เมื่อเลิกงานประจำวัน ” หมายความว่า เมื่อเลิกงานในแต่ละกะ

“ สารเคมีที่มีการสะสมในร่างกายนาน ” และมีช่วงเวลาของการสลายตัวจนเหลือปริมาณเพียงครึ่งหนึ่งนานกว่า 5 ชั่วโมง สารเคมีแบบนี้จะเก็บตัวอย่างในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังนี้ “ เมื่อเริ่มสัปดาห์ของการทำงาน ” หมายความว่าไม่ได้สัมผัสสารเคมีก่อนเก็บตัวอย่างเป็นเวลา 2 วัน หรือ “ เลิกงานในวันสุดท้ายของสัปดาห์การทำงาน ” หมายความว่า หลังจากทำงานโดยมีการสัมผัสสารเคมีเป็นเวลา 4 หรือ 5 วัน ติดต่อกัน “ สารเคมีที่มีการสะสมในร่างกายนานเป็นปีหรือตลอดชีวิต ” และมีช่วงเวลาของการสลายตัวจนเหลือปริมาณเพียงครึ่งหนึ่งใช้เวลานานมาก สารเคมีแบบนี้จะเก็บตัวอย่างในช่วงเวลา “ ตลอดเวลา ” หมายความว่า จะเก็บตัวอย่างในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งก็ได้

7.3.7.2 แนวทางการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพ ในการจัดบริการตรวจสุขภาพให้กับลูกจ้าง สถานประกอบการควรคำนึงถึงหน่วยให้บริการตรวจสุขภาพที่สามารถดำเนินการอย่างตรวจสุขภาพอย่างมีคุณภาพ ซึ่งควรประกอบด้วยสิ่งดังต่อไปนี้

1) สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการตรวจสุขภาพตามกฎหมาย

2) มีการจัดรายการตรวจสุขภาพเหมาะสมและสอดคล้องกับความเสี่ยงที่ลูกจ้างได้รับ

3) สามารถตรวจวินิจฉัยโรคจากการทำงานได้

4) มีแพทย์อาชีวเวชศาสตร์เป็นผู้ตรวจสอบสุขภาพลูกจ้าง
ตามกฎหมายแรงงาน

5) มีบุคลากรวิชาชีพต่างๆ ปฏิบัติงานในการกิจตาม
คุณลักษณะงาน เช่น นักโสตสัมผัสวิทยา ในการตรวจการได้ยิน พยาบาลอาชีวอนามัย เป็นต้น

6) มีการให้บริการที่แสดงถึงการควบคุมมาตรฐานการ
ตรวจที่เชื่อถือได้ เช่น มีอุปกรณ์การตรวจที่มีความแม่นยำสูง มีเครื่องมือที่ผ่านการทดสอบความ
เที่ยงตรงก่อนนำมาใช้ มีการเตรียมลูกจ้างก่อนเข้ารับการตรวจสมรรถภาพทางกายหรือการเก็บ
ตัวอย่างชีวภาพต่างๆ

7) มีห้องปฏิบัติการพิษวิทยาที่มีการควบคุมมาตรฐาน
ดำเนินงาน หรือมีการส่งตัวอย่างวิเคราะห์ ไปยังห้องปฏิบัติการดังกล่าว คือ ห้องปฏิบัติการที่ผ่าน
การรับรองมาตรฐาน เช่น ห้องปฏิบัติการตรวจวิเคราะห์สารตะกั่วในเลือด ที่ผ่านการรับรอง
มาตรฐานจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ หรือจากคณะกรรมการแพทย์ ศิริราชพยาบาล
มหาวิทยาลัยมหิดล และอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับ เป็นต้น

8) มีรูปแบบการรายงานผลการตรวจสุขภาพ ตลอดจน
การจัดเก็บข้อมูล วิเคราะห์ การจัดทำบันทึกรายงานผลตรวจสุขภาพลูกจ้างที่อ่านเข้าใจได้ง่ายและ
นำไปใช้ประโยชน์ในการเฝ้าระวังโรคได้

9) มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น โปรแกรมการให้สุขศึกษาแก่
ลูกจ้างภายหลังการตรวจสุขภาพ เช่น แนะนำการทำให้ร่างกายแข็งแรงด้วยการออกกำลังกาย การ
งดสูบบุหรี่ การรับประทานอาหารที่ครบถ้วน ภูมิลักษณะ การดูแลสุขอนามัยที่ถูกต้อง

10) สามารถให้คำปรึกษาวิชาการแก่ผู้ใช้บริการได้

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันหน่วยตรวจสุขภาพหลายแห่งได้รับมาตรฐานรับรองคุณภาพของ
สถานบริการสุขภาพที่เป็นระบบสากล อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้บริการควรจะต้องพิจารณาสอบถาม
ข้อสังเกตต่างๆ ตามรายละเอียดข้างต้นด้วย เพื่อการได้รับบริการที่มีคุณภาพ

7.3.7.3 การวิเคราะห์ผลการตรวจสุขภาพของลูกจ้าง

1) การตรวจสุขภาพของลูกจ้าง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มี
การเฝ้าระวังผลกระทบที่อาจเกิดจากพิษของสารเคมีที่สัมผัสหรืออันตรายจากงานที่ทำ ผลการตรวจ
สุขภาพจะทำให้ทราบถึงภาวะสุขภาพและแนวโน้มของการเจ็บป่วย ถ้าหากเริ่มเจ็บป่วยในระยะ
เริ่มแรก จะได้มีการป้องกันหรือรักษาได้ทันที่ ในกรณีที่ดำเนินการดังกล่าวได้ เราต้องทำการ
วิเคราะห์ผลการตรวจสุขภาพก่อน (ค่าปกติของผลการตรวจสุขภาพ อาจมีความแตกต่างกันไปบ้าง
ตามวิธีการที่ใช้ตรวจและผลการศึกษาวิจัยที่ค้นพบใหม่) ผลการตรวจสุขภาพสามารถแบ่งได้ดังนี้

2) ผลการตรวจร่างกายทั่วไป

- น้ำหนักและส่วนสูง
- ชีพจร
- การหายใจ

- ความดันเลือด

3) ผลการตรวจความสมบูรณ์ของเม็ดเลือด

- การวัดความเข้มข้นของเลือด (Hb)
- การวัดปริมาณเม็ดเลือดแดงอัดแน่น (Hct)
- การนับจำนวนเม็ดเลือดขาว (WBC Count)
- การนับแยกชนิดเม็ดโลหิตขาว (Differential WBC)

4) ผลการตรวจระดับไขมันในเลือด

- โคเลสเตอรอล (Cholesterol)
- ไตรกลีเซอไรด์ (Triglyceride)
- เอชดีแอลในเลือด (HDL)

5) การตรวจการทำงานของตับ

- เอส จี โอ ที (SGOT หรือ AST)
- เอส จี พี ที (SGPT หรือ ALT)
- แอลคาไลน์ฟอสฟาเทส (ALP)

6) ผลการตรวจการทำงานของไต

- บี ยู เอ็น (BUN) -
- ครีเอตินีน (Creatinine)

7) ผลการตรวจปัสสาวะ

- การตรวจทางกายภาพ
- การตรวจทางเคมี
- การตรวจตะกอนปัสสาวะทางกล้องจุลทรรศน์

8. ประวัติความเป็นมาของศูนย์การแพทย์อินเตอร์เมด

8.1 ประวัติของศูนย์การแพทย์อินเตอร์เมด

เรือเอกนายแพทย์นิมิต ประสิทธิ์ดำรง จบการศึกษาจากคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกียรตินิยม) และได้ศึกษาต่อเฉพาะทาง ด้านอาชีวเวชศาสตร์จนได้หนังสืออนุมัติบัตรผู้เชี่ยวชาญด้านอาชีวเวชศาสตร์ จากแพทยสภา

ในปี พ.ศ. 2537 ได้เริ่มดำเนินการตรวจสุขภาพและให้คำปรึกษาตามโรงงานต่าง ๆ โดยจะเน้นการตรวจสุขภาพตามลักษณะงาน(ความเสี่ยง)เป็นหลักโดยยึดถือแนวทาง การตรวจสุขภาพอย่างพอเพียง ตามแนวพระราชดำริเสมอมา ต่อมาได้จัดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์

เป็น บริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ในปี 2539 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ อาคารประสิทธิ์ดำรง และขึ้นทะเบียนเป็นผู้ก่อตั้งและดำเนินสถานพยาบาลชื่อ ศูนย์การแพทย์ อินเตอร์เมด กับกระทรวงสาธารณสุขอย่างถูกต้อง โดยได้รับอนุญาตให้ดำเนินการตรวจสุขภาพ บุคลากรต่าง ๆ ทั้งในและนอกสถานที่อีกทั้งยังดำเนินการรับตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการด้านการ แพทย์และเทคนิคการแพทย์ในนาม บริษัท แอคคิวฟาส แล็บ เซ็นเตอร์ จำกัด ในปี พ.ศ. 2540 โดยได้ขออนุญาตเป็นสถานพยาบาลประเภทห้องปฏิบัติการการตรวจวิเคราะห์จากกระทรวง สาธารณสุขอย่างถูกต้องโดยมีวัตถุประสงค์ในการรับจ้างตรวจวิเคราะห์จากผู้ว่าจ้างที่เป็น สถานพยาบาล ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งศูนย์การแพทย์และศูนย์แล็บต่าง ๆ ทั่วประเทศอีกด้วย

ศูนย์การแพทย์อินเตอร์เมด และ บริษัท แอคคิวฟาส แล็บ เซ็นเตอร์ จำกัด ยัง ได้รับ การรับรอง มาตรฐาน ISO 9001 : 2000 และ ทางสถาบันได้มีแนวทางที่จะดำเนินการตรวจ วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในสถานประกอบการ ซึ่งขณะนี้ได้เริ่มดำเนินการตรวจให้กับบริษัทต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

8.2 ประวัติผู้ก่อตั้ง

ประวัติเรือเอกนายแพทย์นิมิต ประสิทธิ์ดำรง แพทย์ผู้ชำนาญการ

8.2.1 การศึกษา

8.2.1.1 แพทย์ศาสตร์บัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(เกียรตินิยม)

8.2.1.2 แพทย์ศาสตร์สิ่งแวดล้อม รุ่นที่ 1 กรมการแพทย์

8.2.1.3 แพทย์อาชีวเวชศาสตร์ กรมการแพทย์

8.2.1.4 อนุมัติบัตรผู้เชี่ยวชาญการแพทย์ อาชีวเวชศาสตร์ แพทยสภา

8.2.2 ประสบการณ์การทำงาน

8.2.2.1 แพทย์ผู้ชำนาญการศูนย์การแพทย์อินเตอร์เมด

8.2.2.2 กองอายุรกรรมเวชศาสตร์ โรงพยาบาลสมเด็จพระปิ่นเกล้า

8.2.2.3 อนุกรรมการพัฒนาหลักสูตรแพทย์อาชีวเวชศาสตร์ รุ่นที่10-11

กรมการแพทย์

8.2.2.4 วิทยากรในหลักสูตรแพทย์อาชีวเวชศาสตร์ กรมการแพทย์

8.2.2.5 ศึกษาดูงานอาชีวอนามัยในประเทศสิงคโปร์

8.2.2.6 แพทย์ที่ปรึกษาอาชีวเวชศาสตร์ รพ. ปิยะมิตร , รพ.ศรีวิชัย

8.2.2.7 วิทยากรหลักสูตรเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย กระทรวงแรงงาน

8.2.2.8 วิทยากรพิเศษด้านงานบริการอนามัยเชิงรุก ในสถานพยาบาล

เอกชนกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข

8.2.2.9 ที่ปรึกษาด้านอาชีวอนามัยและสิ่งแวดล้อมโรงงานนิคมอุตสาหกรรม

หลายแห่ง

8.2.2.10 ที่ปรึกษาและวิทยากรประจำสถาบันพัฒนาสุขภาพและเวชศาสตร์
แรงงานไทย

8.2.3 สารสำคัญที่ได้รับเชิญบรรยายมากที่สุด ได้แก่

8.2.3.1 ความรู้ทั่วไปและการเฝ้าระวังปัญหาอาสพติดในสถานประกอบการ

8.2.3.2 หลักการตรวจสุขภาพพนักงานทั่วไปและการตรวจสุขภาพตาม

ลักษณะงาน

8.2.3.3 หลักการป้องกันและเฝ้าระวังโรคจากการทำงาน

8.2.3.4 โรคประสาทหุเชื่อมจากการทำงาน

8.2.3.5 การส่งเสริมสุขภาพในสถานประกอบการ

8.2.3.6 โรคจากการทำงานและการป้องกัน

8.2.3.7 หัวข้ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและอาชีวอนามัย

ศูนย์การแพทย์อินเตอร์เมด มีความยินดีขอเสนอรายละเอียดในการให้บริการตรวจ
สุขภาพนอกสถานที่ดังนี้

1) ด้านความมาตรฐาน และประสิทธิภาพ มีห้องปฏิบัติการขนาดใหญ่ ซึ่งภายใน
ประกอบไปด้วยเครื่องมือทางห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยเพื่อใช้สำหรับการตรวจเลือดและปัสสาวะ
จำนวนมาก ให้เสร็จภายใน 12 ชั่วโมง เครื่องมือทางห้องปฏิบัติการ ทุกชิ้นมีการสอบเทียบค่าจาก
องค์กรภายนอก มีการควบคุมคุณภาพ ของผลการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการโดยองค์กร
ภายนอกได้แก่ คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดลและสำนักมาตรฐานห้องปฏิบัติการ
กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ รถเอ็กซเรย์ จำนวน 6 คัน ซึ่งสามารถรองรับปริมาณงานได้เป็น
จำนวนมากมีการการันตีฟิล์มเสียว่ามีน้อยกว่า 1% รับประกันความถูกต้องของผล 100 % กรณีที่มี
ฟิล์มเสียมากกว่า 1 % อันเกิดจากสาเหตุใดก็ตามเราจะรับผิดชอบโดยเอ็กซเรย์ให้ใหม่โดยไม่คิด
ค่าใช้จ่ายมีการควบคุมคุณภาพของข้อมูล การตรวจสุขภาพทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การลงทะเบียน ซึ่ง
เราใช้ระบบ BARCODE เพื่อป้องกันความผิดพลาด,การตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการโดยทีม
เทคนิคการแพทย์,การอ่านผลการตรวจด้วยแพทย์เท่านั้นและขั้นตอนสุดท้ายการ QC สมุดสุขภาพ
ทุกเล่มแบบ 100 % โดยทีมงาน QC ก่อนจะส่งมอบ สมุดสุขภาพให้กับท่านสามารถจัดส่งผลข้อมูล
ดิบ ทาง CD ให้กับลูกค้า หลังการตรวจสุขภาพ เพื่อท่านจะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ และ
สำหรับสมุดรายงานสุขภาพรวมทั้ง สมุดรายงานรวมเล่ม ท่านจะได้รับภายใน 2 - 3 สัปดาห์หลังการ
ตรวจสุขภาพทางศูนย์การแพทย์อินเตอร์เมด ได้ขยายเครือข่ายในการให้บริการที่ครอบคลุมและ
เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรองรับการเก็บตกจากการตรวจ
สุขภาพประจำปี และ รองรับในการตรวจสุขภาพก่อนเข้างาน การตรวจปัจจัยเสี่ยงแรกเริ่ม เป็นต้น
ซึ่งขณะนี้ทางศูนย์การแพทย์อินเตอร์เมดได้ดำเนินการจัดตั้ง คลินิก ขึ้น 4 สาขา

คลินิกการแพทย์อินเตอร์เมด สาขานวนคร

คลินิกการแพทย์อินเตอร์เมด สาขาโรจนะ

คลินิกการแพทย์อินเตอร์เมด สาขามตะนคร

คลินิกการแพทย์อินเตอร์เน็ต สาขาสยามอีสเทิร์น

คลินิกการแพทย์อินเตอร์เน็ต สาขาทองหล่อ (สุขุมวิท 55)

2) ผลประโยชน์ที่บริษัทและพนักงานจะได้รับ ก่อนการตรวจสอบสุขภาพ เราจะจัดทีมแพทย์ พยาบาล เทคนิคการแพทย์เพื่อให้คำแนะนำ วางแผน และเลือกโปรแกรมการตรวจตามความเหมาะสมและความจำเป็นในลักษณะงานแต่ละประเภท เพราะบางครั้งธุรกิจบางประเภทอาจต้องมีการตรวจเพิ่มเติมพิเศษ(ซึ่งจะมีบริการการเดินทางตรวจสอบสถานที่ปฏิบัติงาน เพื่อประเมินความเสี่ยงตามลักษณะงานต่าง ๆ เพื่อให้การตรวจสอบสุขภาพตรงประเด็นกับความเสี่ยงของงานนั้นๆ)

ความสะดวกในการตรวจสอบสุขภาพโดยเราจะร่วมวางแผนกับท่านในการจัดสถานที่ ที่ใช้ในการตรวจ กำหนดวันและเวลาที่เหมาะสมสำหรับการตรวจสอบสุขภาพมีทีมงานที่จะให้ความรู้แก่พนักงาน เรื่องการเตรียมตัวและการปฏิบัติตัวที่เหมาะสมก่อนการตรวจสอบสุขภาพ เพื่อประโยชน์สูงสุดของการตรวจสอบสุขภาพจัดทีมแพทย์ พยาบาล เทคนิคการแพทย์ ให้เหมาะสมและพอเพียงกับจำนวนพนักงานเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการตรวจสอบสุขภาพสามารถรายงานผลการตรวจได้ภายใน 1- 3 สัปดาห์ นับจากวันที่ตรวจสอบสุขภาพเสร็จ ซึ่งพนักงานทุกคนจะได้รับ สมุดสุขภาพ โดยสมุดสุขภาพของเราย่ออ่านและเข้าใจง่าย สำหรับสมุดสรุปผลพนักงานทุกคนทางเราจะทำให้ ตามรูปแบบที่บริษัทต้องการมีทีมนักวิชาการอันประกอบด้วย แพทย์ เทคนิคการแพทย์ พยาบาลคอยให้คำปรึกษาด้านสุขภาพภายหลังได้รับผลการตรวจสามารถจัดทีมแพทย์ ให้กับบริษัท เพื่ออบรมให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับผลการตรวจที่ผิดปกติ หรือเรื่องอื่นๆ ตามที่บริษัทร้องขอ

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรจิต สุนทรธรรม (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลวิภาวดีพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่อยู่ปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อายุในช่วงวัยทำงาน จ่ายค่ารักษาพยาบาลด้วยตัวเอง เหตุผลการใช้บริการเพราะการเดินทางสะดวกและใกล้บ้าน รวมทั้งการมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และการเคยเป็นผู้ป่วยเก่าที่โรงพยาบาล ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อโรงพยาบาลและมีความพึงพอใจในการบริการรักษาพยาบาลแบบผู้ป่วยนอกในระดับดี

กัลยา ดำรงค์ศักดิ์ (2544 : 64 - 74) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ:กรณีศึกษาโรงพยาบาลวิภาวดี ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการจากโรงพยาบาลมีความคาดหวังและการรับรู้ในระดับสูง โดยพบว่าผู้รับบริการได้ให้ความสำคัญของประกอบของคุณภาพบริการดังนี้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) เป็นอันดับแรก ด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangibility) เป็นอันดับสอง ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) เป็นอันดับสาม ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ (Assurance) เป็นอันดับสี่และด้านการ

เข้าถึงความรู้สึกของผู้รับบริการ (Empathy) มีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับผลของการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการพบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่ยังไม่มี ความพอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล ซึ่งมีความพอใจในความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) และด้านความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) อยู่ในระดับต่ำโดยถือว่าองค์ประกอบทั้งสองด้านนี้มีความสำคัญที่สุดในการให้บริการของโรงพยาบาลเป็นการบ่งบอกว่าผู้รับบริการยังต้องการความมั่นใจในการใช้บริการจากโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังพบว่าผู้รับบริการที่เป็นเพศหญิงที่อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 13 ถึง 30 ปี มีแนวโน้มในการเกิดความไม่พอใจต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล

เกียติพงศ์ มากประภา (2546 : 120 -121) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ในคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) กรณีศึกษาสำนักงานบริการดีแทคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

1. ผู้มาใช้บริการสำนักงานดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของสำนักงานบริการดีแทค จากเกณฑ์ประเมินคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่น และด้านการเข้าถึงจิตใจ โดยคุณภาพรวมกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการมีความคาดหวังในระดับมากที่สุด

2. ในด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการสำนักงานดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) โดยภาพรวมแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับที่รับรู้จริง

3. ผลจากการประเมินความคาดหวังของผู้มาใช้บริการต่อคุณภาพการบริการสำนักงานดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) ตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการได้ให้ความสำคัญต่อความคาดหวังด้านความเชื่อมั่น เป็นอันดับแรก ด้านความเชื่อถือได้เป็นอันดับสอง ด้านการตอบสนองและด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นอันดับสาม ส่วนด้านการเข้าถึงจิตใจมีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

4. ผลจากการประเมินรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการคุณภาพการบริการสำนักงานดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญต่อการรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นอันดับแรก ด้านความเชื่อมั่นเป็นอันดับสอง ด้านความเชื่อถือเป็นอันดับสาม ด้านการตอบสนองเป็นอันดับสี่ ส่วนด้านการเข้าถึงจิตใจเป็นอันดับสุดท้าย

5. ความคาดหวังของผู้มาใช้บริการที่จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้และอาชีพ มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการสำนักงานดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) พบว่าไม่แตกต่างกัน

6. ส่วนในด้านการรับรู้พบว่า ผู้มาใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้และอาชีพ แตกต่างกันจะมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการแตกต่างกัน

7. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการสำนักงานดีแทค (เซอร์วิส ฮอล) พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการมีความคาดหวังต่อ

คุณภาพการบริการที่แตกต่างกันจากการรับรู้จริง โดยที่คุณภาพบริการต่ำกว่า ความคาดหวังของผู้มาใช้บริการ

นันท์ คุณากรโชติพันธ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา เรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการคลินิก ดูแลผิวพรรณ และบริการคลินิกดูแลรักษาผิวพรรณ “เฉลิมพร-ภูษิตคลินิก” ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีลักษณะผิวหน้ามัน มีความคาดหวังมาก ด้านราคาผลิตภัณฑ์ และบริการของคลินิก ด้านการแพทย์ที่ทำการรักษา ด้านผลิตภัณฑ์ของคลินิก การรับรู้จริงอยู่ในระดับมาก ด้านแพทย์ที่ทำการรักษา ด้านพนักงานของคลินิก ด้านราคาผลิตภัณฑ์ และบริการของคลินิก โดยรวมแล้วผู้บริโภคมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อผลิตภัณฑ์และบริการคลินิกดูแลรักษาผิวพรรณเฉลิมพร-ภูษิตคลินิก” โดยรวมแตกต่างกันและมีความพึงพอใจ และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการต่อ 3 เดือน ด้านการแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการด้านการกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมด้านการแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการด้านการกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรม ด้านการแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการด้านการกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ของคลินิกโดยรวมแตกต่างจากการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านแพทย์ที่ทำการรักษาของคลินิกโดยรวมแตกต่างจากการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านแพทย์มีความชำนาญเฉพาะทาง ด้านแพทย์ให้คำอธิบายโรคจนเข้าใจ ด้านแพทย์มีความเป็นกันเอง ด้านความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของแพทย์ แตกต่างจากการรับรู้จริงที่ได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

พรรณิ วรานุกลศักดิ์. (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความคาดหวังการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสังคมต่อคุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลราช โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ของระดับความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของโรงพยาบาลราชวิถึต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสังคม คุณภาพบริการแบ่งออกเป็น 5 ด้านได้แก่ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ ด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการต่อผู้รับบริการและด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้รับบริการคือ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ลักษณะการเจ็บป่วยและระดับความรู้ความเข้าใจในการใช้สิทธิประกันสุขภาพตามพระราชบัญญัติประกันสังคมที่มีต่อความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลราชวิถึ กลุ่มตัวอย่างคือผู้รับบริการที่ขึ้นทะเบียนประกันสังคมและมารับบริการตรวจรักษาที่แผนก

ผู้ป่วยนอก จำนวน 397 ตัวอย่าง พบว่า ผลการศึกษาพบว่าผู้มารับบริการที่มีลักษณะการเจ็บป่วยแบบไม่เรื้อรัง ระดับความรู้ความเข้าใจในการใช้สิทธิประกันสุขภาพ ตามพระราชบัญญัติประกันสังคมอยู่ในระดับปานกลาง ผู้รับบริการมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากและผู้รับบริการ ส่วนใหญ่เห็นว่าคุณภาพบริการที่คาดหวังสูงกว่าคุณภาพบริการที่ได้รับ

วาสนา บุตรโพธิ์ (2550 : บทคัดย่อ) ความคาดหวังการรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรีโดยรวมมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจอยู่ในระดับประทับใจ ปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายพบว่าด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายพบว่าด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Chang, Tan Poo. (1996). ได้ทำการศึกษารายได้ การศึกษา กับสุขภาพอนามัยของประชากรในเอเชีย พบว่า รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับสุขภาพอนามัยของประชากรอย่างมาก ประชากรที่มีระดับรายได้และการศึกษาต่ำในหลายๆประเทศ จะมีสุขภาพอนามัยไม่ดี และมีประชากรผู้สูงอายุสตรีเป็นสัดส่วนสูงมากในกลุ่มยากจน ซึ่งแสดงถึงนัยสำคัญเรื่องภาวะโภชนาการ การเข้าถึงบริการการรักษาพยาบาลที่เพียงพอ และการมีสุขภาพดีของประชากร ผู้สูงอายุสตรีต้องเผชิญกับปัญหาสุขภาพอนามัยมากกว่าผู้สูงอายุชาย การศึกษาวิจัยในประเทศมาเลเซียพบว่า การที่สตรีสูงอายุต้องเผชิญปัญหาสุขภาพมากกว่าบุรุษ มีส่วนมาจากการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกับบุรุษ ในขณะที่ยังไม่เข้าวัยสูงอายุ เช่น การขาดการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะขาดกิจกรรมด้านกีฬา และยังเนื่องมาจากสตรีขาดการตระหนักถึงความสำคัญของการมีสุขภาพดี นอกจากนั้นสตรียังมีภาระรับผิดชอบในการทำงานทั้งภายในบ้านและนอกบ้าน สตรียังขาดการประพฤติปฏิบัติตนในด้านการดูแลสุขภาพอนามัย และขาดการดำเนินชีวิตอย่างมีสุขภาพดีตั้งแต่อายุน้อย ประเด็นสำคัญที่เป็นปัญหาของผู้สูงอายุคือค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่เพิ่มสูงขึ้น และความสามารถของผู้สูงอายุและสมาชิกในครอบครัวในการจ่ายค่ารักษาพยาบาลให้แก่ผู้สูงอายุ เพราะค่ารักษาพยาบาล และค่าบริการด้านสุขภาพได้เพิ่มสูงขึ้น จนผู้สูงอายุจำนวนมากไม่สามารถเข้ารับบริการได้ ข้อน่าสังเกตคือ นโยบายการประกันสุขภาพในปัจจุบันของประเทศต่างๆ จะกีดกันผู้สูงอายุ และแม้รัฐบาลในหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่นจะได้พยายามให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุก็ตาม ผู้สูงอายุก็ยังมีความปรารถนาที่ได้รับการดูแลจากสมาชิกในครอบครัวของตนเองมากกว่า

Chow, Nelson. (1996). ได้ทำการศึกษาเรื่องการดูแลสุขภาพอนามัยในเอเชีย พบว่า การที่ผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้นทำให้ปริมาณการบริโภคและการใช้บริการด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น อ่องกงมีประชากรอายุ 65 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เป็นจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมด แต่ประชากรผู้สูงอายุเหล่านี้เป็นผู้ใช้บริการด้านสุขภาพมากเกือบครึ่งหนึ่งของบริการที่มีอยู่ในโรงพยาบาลต่างๆและยังเป็นประชากรกลุ่มสำคัญในการบริโภคบริการด้านสุขภาพนานาชาติ โครงการประกันสุขภาพของอ่องกง ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นดำเนินการเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ ในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน รูปแบบที่สำคัญของระบบการดูแลสุขภาพอนามัยของประชากรในประเทศต่างๆในภูมิภาคนี้ ได้แก่ การใช้ยาเพื่อการรักษาพยาบาล และการให้การบริการด้านสุขภาพอื่นๆ แก่ประชาชนซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริการของรัฐ ระบบยาและการดูแลรักษาพยาบาลด้านสุขภาพอนามัยของประชากรในประเทศต่างๆในเอเชียซึ่งเป็นการเกื้อหนุนประชากรผู้สูงอายุในขั้นพื้นฐานนั้น เป็นระบบที่มุ่งรักษาพยาบาลผู้ที่เจ็บป่วยให้หายจากโรค แต่มิได้เน้นในด้านการป้องกัน และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ความรู้แก่ประชากรในเรื่องสุขภาพอนามัย องค์การอนามัยโลกได้เสนอให้ประเทศกำลังพัฒนาเปลี่ยนนโยบายด้านสุขภาพอนามัย โดยให้เน้นการป้องกันมากกว่าการรักษาพยาบาล และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ได้ความรู้ด้านสุขภาพอนามัยแก่ประชากรเพิ่มขึ้น ตลอดจนดำเนินการเพื่อให้การมีสุขภาพดีของประชากรดำรงอยู่ได้ องค์การอนามัยโลกได้เน้นการเกื้อหนุนของครอบครัวที่มีต่อผู้สูงอายุในฐานะเป็นบทบาทของครอบครัว และเป็นประเพณีนิยมของประเทศ และได้เสนอให้ประเทศต่างๆ ในเอเชียดำเนินนโยบายที่ให้ความสำคัญในเรื่องการทำให้ครอบครัวมีทรัพยากรที่แข็งแกร่ง และพอเพียงในการเกื้อหนุนผู้สูงอายุ และหามาตรการจูงใจเพื่อให้การดูแลผู้สูงอายุเป็นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น นโยบายในอนาคตเกี่ยวกับผู้สูงอายุของประเทศต่างๆ จึงควรมุ่งเน้นประเด็นสำคัญ 3 ประการ คือ เน้นการป้องกันมากกว่าการรักษาพยาบาล การดำรงรักษาการมีสุขภาพดีให้คงอยู่ และการสอดแทรกการมีส่วนร่วมของครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด (Quantitative Research) ซึ่งมีขั้นตอน และวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1.การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นพนักงานของบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งได้แก่

บริษัท หมายถึง บริษัทที่ได้รับบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด และดำเนินการอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

โรงงานอุตสาหกรรม หมายถึง โรงงานในเขตอุตสาหกรรม ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และบริเวณจังหวัดรอบ ๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยนำข้อมูลจากตารางงานของบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัดในเดือน กันยายน พ.ศ. 2551 ที่ได้สำรวจข้อมูลโดยส่วนของการตลาด ซึ่งต้องส่งข้อมูลให้กับฝ่ายงานตรวจสุขภาพล่วงหน้า อย่าง น้อย 3 เดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งได้แก่

บริษัท หมายถึง บริษัทที่ได้รับบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด และดำเนินการอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

โรงงานอุตสาหกรรม หมายถึง โรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ใน ที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และบริเวณจังหวัดรอบ ๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดตัวอย่างประชากรโดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่าง (กัลยา วานิชบัญชา.2539 : 25-26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่าง จากโรงงานอุตสาหกรรม และบริษัทที่มีอยู่ในแผน และตารางงานประจำเดือน กันยายน พ.ศ. 2551 ของบริษัทบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ที่จะต้องไปให้บริการอย่างแน่นอน

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดตัวอย่างประชากรโดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5 % (กัลยา วานิชบัญชา.2539: 25-26) โดยมีสูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	Z	แทน	ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %
		จะมีค่า	$Z_{1-\alpha/2}$ หรือ $Z_{.975} = 1.96$
	e	แทน	ค่าสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน 5 % ($e = 0.05$)

$$\text{แทนค่าจะได้ } n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในกลุ่มตัวอย่างจึงได้เพิ่มจำนวนตัวอย่าง 5 % ที่อาจเกิดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับมาไม่ครบ จึงใช้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเจาะจงเลือกจำนวนบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งในและนอก กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้จำนวนบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรมที่แน่นอน

ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นพนักงานบริษัทโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ทั้งในและนอกในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสุ่ม โดยนำรายชื่อ และลำดับที่ ของพนักงานมาเรียงลำดับ ตามจำนวนประชากร กำหนดตัวเลขที่ใช้ในการสุ่ม และใช้คำสั่งของโปรแกรม SPSS For Windows สุ่มตัวอย่าง ที่กำหนด เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างตามโควตาของ บริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม

สถานที่ทำการศึกษา

สถานที่ทำการศึกษา หมายถึง บริษัทที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด และดำเนินกิจการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น โรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรม ในภาคกลาง ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมในภาคกลางตอนบน ภาคกลางล่าง และภาคตะวันออก ที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

ระยะเวลาทำการการศึกษา

ตั้งแต่ 1 – 30 ตุลาคม พ.ศ. 2551

2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Close-ended response Question) มี 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ การตรวจสอบสุขภาพ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended response Question) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่าง

1. เพศ

() 1. ชาย () 2. หญิง

2.อายุ.....ปี (นับจำนวนปีเต็มไม่นับเดือน)

3.ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับประเมินความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ในด้านต่าง ๆ จำนวน 30 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ด้านผู้ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกระบวนการ จำนวน 10 ข้อ

ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างแบบสอบถาม

ระดับความคาดหวัง	รายการ	ระดับการรับรู้
	ด้านผู้ให้บริการ	
5 4 3 2 1	จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	ความสามารถของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่เวลาที่ใช้ในการตรวจ	5 4 3 2 1

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อคำถามในส่วนนี้ มีการให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคาดหวัง

คะแนน

ระดับความคาดหวังมากที่สุด

5

ระดับความคาดหวังมาก

4

ระดับความคาดหวังปานกลาง

3

ระดับความคาดหวังน้อย	2
ระดับความคาดหวังน้อยที่สุด	1
ระดับการรับรู้	คะแนน
ระดับการรับรู้มากที่สุด	5
ระดับการรับรู้มาก	4
ระดับการรับรู้ปานกลาง	3
ระดับการรับรู้น้อย	2
ระดับการรับรู้ต่ำที่สุด	1

การแปลผล

การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณหาช่วงกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5 - 1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบภาพประจำปี ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	คาดหวังมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	คาดหวังมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	คาดหวังปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	คาดหวังน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	คาดหวังน้อยที่สุด

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบภาพประจำปี ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	การรับรู้มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	การรับรู้มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	การรับรู้ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	การรับรู้น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	การรับรู้ที่น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ในด้านต่าง ๆ จำนวน 30 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ด้านผู้ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกระบวนการ จำนวน 10 ข้อ

ดังตัวอย่าง

ความพึงพอใจในด้าน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผู้ให้บริการ					
1.จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์					
2. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย					
3. ความสามารถของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่เวลาที่ใช้ในการตรวจ					
4. การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่					
5. การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ					

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อคำถามในส่วนนี้ มีการให้คะแนน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ

คะแนน

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

5

ระดับความพึงพอใจมาก

4

ระดับความพึงพอใจปานกลาง

3

ระดับความพึงพอใจน้อย

2

ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

1

การแปลผล

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์ เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณหาช่วงกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงสามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1 ศึกษาเอกสาร และการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด เรื่องความหมาย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แนวคิด วิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นต่างๆ ในการสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลให้ครอบคลุมเนื้อหาที่กำหนด

2 นำตัวแปรไปสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน พร้อมทั้งนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นขอคำแนะนำจากที่ปรึกษาสารนิพนธ์

3.ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการแต่งตั้ง พิจารณาตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ตลอดจนความเหมาะสมของการใช้ภาษาและถ้อยคำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกันกับกลุ่มตัวอย่าง โดยนำไปทดลองใช้กับพนักงานบริษัท พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ในพื้นที่ที่วิจัย แต่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

5 นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability)

1) หาความเชื่อมั่นทั้งฉบับ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient alpha) ของครอนบาค (Cronbach , อ้างถึงใน เชาวน์ อินโย, 2542 : 227 – 229)

6 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม

7 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนุญาตจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือจากผู้บริหารบริษัทบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ที่จะขอใช้ข้อมูลจากบริษัท ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม

2 ขอความร่วมมือจัดส่งเอกสาร จาก ผู้จัดการโรงงาน และบริษัทกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ความถี่ ร้อยละ แบ่งการวิเคราะห์ตามแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดด้วยสถิติพรรณนา โดยใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสัมประสิทธิ์ของการกระจาย

2. เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยใช้ Paired T-test เพื่อหาความแตกต่าง แล้วหาผลต่างของค่าเฉลี่ย และแปลผลตามเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการ ตามหลักการของ Parasuraman, Zeithamal Berry (1989:133) ดังต่อไปนี้

คะแนนรับรู้ลบด้วยคะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น บวก หมายถึง การบริการตรวจสอบภาพมีคุณภาพสูงกว่าที่คาดหวัง

คะแนนรับรู้ลบด้วยคะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เท่ากับศูนย์ หมายถึงการบริการตรวจสอบภาพมีคุณภาพตามที่คาดหวัง

คะแนนรับรู้ลบด้วยคะแนนความคาดหวัง ผลลัพธ์เป็น ลบ หมายถึง การบริการตรวจสอบภาพมีคุณภาพต่ำกว่าที่คาดหวัง

จากนั้นนำความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการตรวจสอบภาพประจำปี ที่ได้ผลจากการเปรียบเทียบ โดย Paired t-test มาหาค่าเฉลี่ย เพื่อที่นำไปศึกษาเรื่องความพึงพอใจในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

2.1 กรณีที่มีความไม่แตกต่าง

2.1.1 จะคำนวณหา ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ และความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีในด้านนั้น

2.1.2 นำผลที่ได้ไป เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ ในด้านนั้นด้วย Paired t-test ว่ามีความแตกต่างระหว่างคุณภาพที่รับรู้กับความพึงพอใจหรือไม่

2.1.3 ค่าเฉลี่ยการรับรู้ และความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีด้านกระบวนการตรวจ

2.2 กรณีที่มีความแตกต่าง

2.2.1 จะนำค่าคะแนนที่เป็นผลต่างมาจัดกลุ่ม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีผลเป็นลบ ซึ่งแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการบริการมีคุณภาพต่ำ และกลุ่มที่มีผลเป็นบวก ซึ่งแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการบริการที่มีคุณภาพสูง

2.2.2 นำค่าคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์หาความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มในด้านความพึงพอใจ ด้วยสถิติ t-test โดยใช้ประเภทของพนักงานเป็นตัวแปรควบคุม

3. ทดสอบสมมติฐาน หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับคุณภาพการบริการ โดยใช้สถิติทดสอบ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	ผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
P	แทน	ค่าเฉลี่ยของการรับรู้จริงหลังใช้บริการ
E	แทน	ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังก่อนใช้บริการ
P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมของกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (Means of Squares)
Sig.(2-tailed)	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางมีคำอธิบายโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ตามลำดับของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสุขภาพประจำปี ๓ เพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 9 ข้อดังนี้
เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

สมมติฐาน ข้อที่ 1 คาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีด้านผู้ให้บริการ

สมมติฐาน ข้อที่ 2 ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีด้านสถานที่ให้บริการ

สมมติฐาน ข้อที่ 3 ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีด้านกระบวนการให้บริการ

สมมติฐาน ข้อที่ 4 เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

สมมติฐาน ข้อที่ 5 อายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

สมมติฐาน ข้อที่ 6 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

สมมติฐาน ข้อที่ 7 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

สมมติฐาน ข้อที่ 8 คุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

สมมติฐานย่อย 8.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี ๓ ด้านผู้ให้บริการ

สมมติฐานย่อย 8.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ๖ ด้านสถานที่ให้บริการ

สมมติฐานย่อย 8.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ๖ ด้านกระบวนการให้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 9 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ ตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด



ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ตามลำดับของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปความถี่และร้อยละ ตามตาราง 1 ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลของผู้ให้บริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพ อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	173	43
หญิง	227	57
รวม	400	100
อายุ		
ต่ำกว่า 32 ปี	207	52
33 ปี ถึง 45 ปี	160	40
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	33	8
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	125	31
ปริญญาตรี	229	57
สูงกว่าปริญญาตรี	46	12
รวม	400	100
อาชีพ		
พนักงานบริษัท	279	70
พนักงานโรงงาน	121	30
รวม	400	100

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ให้บริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด มีลักษณะส่วนใหญ่คือ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57 อายุต่ำกว่า 32 ปี คิดเป็นร้อยละ 52 มีการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57 และเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 70

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยแจกแจงจำนวนค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานดังนี้

ตาราง 2 ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

เกณฑ์การประเมินความคาดหวัง คุณภาพ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคาดหวัง
1.ด้านผู้ให้บริการ	3.80	0.69	คาดหวังมาก
2.ด้านสถานที่ให้บริการ	3.62	0.68	คาดหวังมาก
3.ด้านกระบวนการให้บริการ	3.64	0.71	คาดหวังมาก
รวม	3.69	0.65	คาดหวังมาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.69 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวัง ทุกด้านในระดับมาก โดยด้านที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือ ด้านผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.80

ตาราง 3 ระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตเมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านผู้ให้บริการ

ความคาดหวังด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคาดหวัง
1.จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์	3.65	0.79	คาดหวังมาก
2. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาดเรียบร้อย	3.93	0.81	คาดหวังมาก
3. ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่	3.75	0.76	คาดหวังมาก

ตาราง 3 (ต่อ)

ความคาดหวังด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคาดหวัง
4. การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่	3.83	0.76	คาดหวังมาก
5. การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ	3.69	0.86	คาดหวังมาก
6. การใช้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์	3.68	0.85	คาดหวังมาก
7. บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ	3.75	0.84	คาดหวังมาก
8. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มี อัธยาศัยดี	3.90	0.81	คาดหวังมาก
9. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความ เต็มใจ เต็มความสามารถ	3.93	0.84	คาดหวังมาก
10. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มี การชะลอ ในแต่ละขั้นตอน	3.91	0.83	คาดหวังมาก
รวม	3.80	0.69	คาดหวังมาก

จากตาราง 3 พบว่าผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.80

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังทุกด้านในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย และแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ย 3.90 การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และจำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ตาราง 4 ระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพ
อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านสถานที่ให้บริการ

ความคาดหวังด้านสถานที่ให้บริการฯ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคาดหวัง
1.สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ	3.68	0.80	คาดหวังมาก
2.สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ	3.73	0.78	คาดหวังมาก
3.สถานที่ตรวจสอบสะอาด	3.76	0.82	คาดหวังมาก
4.มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย	3.63	0.87	คาดหวังมาก
5.มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ	3.67	0.80	คาดหวังมาก
6. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม	3.71	0.76	คาดหวังมาก
7 จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ	3.68	0.80	คาดหวังมาก
8. มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ	3.60	0.90	คาดหวังมาก
9. มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ	3.54	0.92	คาดหวังมาก
10.มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย	3.18	1.01	คาดหวังปานกลาง
รวม	3.62	0.68	คาดหวังมาก

จากตาราง 4 พบว่าผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.62

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือ สถานที่ตรวจสอบสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และจำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และ มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย มีความคาดหวังในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

ตาราง 5 ระดับความคาดหวัง ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพ
อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการ

ความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคาดหวัง
1. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในกา รับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน	3.45	0.91	ความคาดหวังมาก
2. เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน	3.58	0.82	ความคาดหวังมาก
3. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่	3.63	0.76	ความคาดหวังมาก
4. มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย	3.66	0.79	ความคาดหวังมาก
5. ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว	3.64	0.82	ความคาดหวังมาก
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด	3.73	0.82	ความคาดหวังมาก
7. มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย	3.66	0.81	ความคาดหวังมาก
8. มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่ พร้อมและเห็นได้ชัดเจน	3.66	0.83	ความคาดหวังมาก
9. คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ	3.70	0.83	ความคาดหวังมาก
10. การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ	3.70	0.85	ความคาดหวังมาก
รวม	3.64	0.71	ความคาดหวังมาก

จากตาราง 5 พบว่าผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.64

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือ คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ตามลำดับ

ตาราง 6 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

เกณฑ์การประเมินการรับรู้คุณภาพ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความการรับรู้
1.ด้านผู้ให้บริการ	3.93	0.66	การรับรู้มาก
2.ด้านสถานที่ให้บริการ	3.55	0.70	การรับรู้มาก
3.ด้านกระบวนการให้บริการ	3.72	0.69	การรับรู้มาก
รวม	3.73	0.63	การรับรู้มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.69 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินทุกด้านในระดับมาก โดยด้านที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ ด้านผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.93

ตาราง 7 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านผู้ให้บริการ

การรับรู้ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับการรับรู้
1.จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์	3.85	0.83	การรับรู้มาก
2. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาดเรียบร้อย	4.19	0.75	การรับรู้มากที่สุด
3. ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาลเจ้าหน้าที่	3.87	0.76	การรับรู้มาก
4. การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่	3.93	0.84	การรับรู้มาก
5. การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ	3.71	1.03	การรับรู้มาก
6. การให้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์	3.70	0.94	การรับรู้มาก
7. บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ	3.80	0.82	การรับรู้มาก
8. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี	4.13	0.76	การรับรู้มากที่สุด
9. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ	4.07	0.76	การรับรู้มากที่สุด
10. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มี การชะลอ ในแต่ละขั้นตอน	4.10	0.83	การรับรู้มากที่สุด
รวม	3.93	0.66	การรับรู้มาก

จากตาราง 7 พบว่าผู้ที่มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เนตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.93

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินทุกด้านในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน มีค่าเท่ากับ 4.10 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ มีค่าเท่ากับ 3.93 ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ การให้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

ตาราง 8 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เนตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านสถานที่ให้บริการ

ความการรับรู้ด้านสถานที่ให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความการรับรู้
1.สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ	3.79	0.78	การรับรู้มาก
2.สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ	3.75	0.79	การรับรู้มาก
3.สถานที่ตรวจสะอาด	3.84	0.77	การรับรู้มาก
4.มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย	3.62	0.98	การรับรู้มาก
5.มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ	3.56	0.97	การรับรู้มาก
6. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม	3.71	0.86	การรับรู้มาก
7 จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ	3.67	0.85	การรับรู้มาก
8. มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ	3.49	0.98	การรับรู้มาก
9. มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ	3.21	1.10	การรับรู้ปานกลาง
10.มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย	2.86	1.10	การรับรู้ปานกลาง
รวม	3.55	0.70	การรับรู้มาก

จากตาราง 8 พบว่าผู้ที่มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.55

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ สถานที่ตรวจสอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมาสถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ มีค่าเท่ากับ 3.79 สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ มีค่าเท่ากับ 3.67 มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ส่วนผลการประเมินในระดับปานกลาง คือ มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และ มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ตามลำดับ

ตาราง 9 ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการ

ความการรับรู้ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความการรับรู้
1. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน	3.47	0.97	การรับรู้มาก
2. เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน	3.57	0.87	การรับรู้มาก
3. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่	3.72	0.77	การรับรู้มาก
4. มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย	3.70	0.92	การรับรู้มาก
5. ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว	3.66	0.86	การรับรู้มาก
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด	3.94	0.80	การรับรู้มาก
7. มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย	3.72	0.81	การรับรู้มาก
8. มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน	3.78	0.84	การรับรู้มาก
9. คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ	3.83	0.86	การรับรู้มาก
10. การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ	3.81	0.83	การรับรู้มาก
รวม	3.72	0.69	การรับรู้มาก

จากตาราง 9 พบว่าผู้ที่มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.72

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ มีค่าเท่ากับ 3.83 การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และเจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการโดยแจกแจง ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 10 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านผู้ให้บริการ	3.77	0.58	มาก
2.ด้านสถานที่ให้บริการ	3.48	0.67	มาก
3.ด้านกระบวนการให้บริการ	3.63	0.68	มาก
รวม	3.63	0.59	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ทุกด้านในระดับมาก โดยด้านที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ตาราง 11 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพ
อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านผู้ให้บริการ

ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความพึงพอใจ
1.จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์	3.62	0.70	มาก
2. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาดเรียบร้อย	3.90	0.61	มาก
3. ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาลเจ้าหน้าที่	3.77	0.65	มาก
4. การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่	3.75	0.70	มาก
5. การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ	3.57	0.86	มาก
6. การให้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์	3.61	0.79	มาก
7. บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ	3.74	0.72	มาก
8. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี	3.96	0.72	มาก
9. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ	3.92	0.71	มาก
10. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน	3.88	0.77	มาก
รวม	3.77	0.58	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.77

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกด้านในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.90 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 การใช้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และ การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

ตาราง 12 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพ
อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านสถานที่ให้บริการ

ด้านสถานที่ให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความพึงพอใจ
1.สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ	3.64	0.72	มาก
2.สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ	3.72	0.74	มาก
3.สถานที่ตรวจสะอาด	3.54	0.88	มาก
4.มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย	3.45	0.89	มาก
5.มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ	3.62	0.81	มาก
6. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม	3.60	0.85	มาก
7 จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ	3.48	0.92	มาก
8. มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ	3.24	0.99	ปานกลาง
9. มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ	2.91	1.01	ปานกลาง
10.มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย	3.62	0.79	มาก
รวม	3.48	0.67	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.48

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ย 3.62 ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 สถานที่ตรวจสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 จุดตรวจแต่ละจุดเหมาะสม ไม่คับแคบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และมีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ตามลำดับ

ตาราง 13 ระดับความพึงพอใจ ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพ
อินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับความพึงพอใจ
1. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการ รับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน	3.54	0.86	มาก
2. เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน	3.55	0.81	มาก
3. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่	3.63	0.78	มาก
4. มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย	3.61	0.81	มาก
5. ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว	3.59	0.78	มาก
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด	3.76	0.78	มาก
7. มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย	3.69	0.79	มาก
8. มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่ พร้อมและเห็นได้ชัดเจน	3.62	0.79	มาก
9. คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ	3.65	0.84	มาก
10. การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ	3.63	0.87	มาก
รวม	3.63	0.68	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.63

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่ การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสภาพประจำปี ฯ เพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 9 ข้อดังนี้

สมมติฐาน ข้อที่ 1 ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีด้านผู้ให้บริการ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลังรับบริการไม่แตกต่างกันในด้านผู้ให้บริการ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลังรับบริการแตกต่างกันในด้านผู้ให้บริการ

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปี ในด้านผู้ให้บริการ

การรับบริการ	N	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig. (2-tailed)
คาดหวังก่อนรับบริการ	400	3.80	0.69	-3.423	399	0.001*
การรับรู้หลังรับบริการ	400	3.93	0.66			

* Sig.(2-tailed) < 0.05

จากตาราง 14 จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -3.423$ $df = 399$ $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.001 < 0.05$) จากค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้พบว่าค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ แสดงว่าการบริการมีคุณภาพสูงกว่าที่คาดหวังในด้านผู้ให้บริการ

สมมติฐาน ข้อที่ 2 ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการ
ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีด้านสถานที่ให้บริการ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีก่อนรับบริการ และ
การรับรู้หลังรับบริการไม่แตกต่างกันในด้านสถานที่ให้บริการ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีก่อนรับบริการ และ
การรับรู้หลังรับบริการแตกต่างกันในด้านสถานที่ให้บริการ

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลัง
รับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ในด้านสถานที่ให้บริการ

การรับบริการ	N	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig. (2-tailed)
คาดหวังก่อนรับบริการ	400	3.62	0.68	-1.094	399	0.275
การรับรู้หลังรับบริการ	400	3.64	0.71			

จากตาราง 15 จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง
และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร้
แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -1.094$ $df = 399$
 $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.275 > 0.05$) แสดงว่าการบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวังในด้านสถานที่
ให้บริการ

สมมติฐาน ข้อที่ 3 ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการ
ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีด้านกระบวนการให้บริการ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีก่อนรับบริการ และ
การรับรู้หลังรับบริการไม่แตกต่างกันในด้านการให้บริการ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีก่อนรับบริการ และ
การรับรู้หลังรับบริการแตกต่างกันในด้านการให้บริการ

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้หลัง
รับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ด้านกระบวนการให้บริการ

การรับบริการ	N	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig. (2-tailed)
คาดหวังก่อนรับบริการ	400	3.62	0.68	1.761	399	0.079
การรับรู้หลังรับบริการ	400	3.55	0.70			

จากตาราง 16 จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง
และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เนตคัล แคร่
แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 1.761$ $df = 399$
 $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.079 > 0.05$) แสดงว่าการบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวังในด้านการ
ให้บริการ

ตาราง 17 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพ
บริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

เกณฑ์ในการ ประเมินการบริการ	P	E	P-E	Sig. (2tail)	คุณภาพการบริการ
1. ด้านผู้ให้บริการ	3.93	3.8	0.13	0.0001*	แตกต่างจากที่คาดหวัง
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.64	3.62	0.02	0.275	ไม่แตกต่างจากที่คาดหวัง
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.55	3.62	-0.07	0.079	ไม่แตกต่างจากที่คาดหวัง

สืบเนื่องจากการทดสอบด้วย Paired T-test ในตาราง 14-16 และผลจากตาราง 17 พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพ อินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ย ในแต่ละด้านของการให้บริการ คือ ด้านผู้ให้บริการ อยู่ในระดับแตกต่างจากที่คาดหวัง มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ย 0.13 ด้าน สถานที่ให้บริการ อยู่ในระดับไม่แตกต่างจากที่คาดหวัง มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 0.02 และ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับไม่แตกต่างจากที่คาดหวัง มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ - 0.07 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 4 เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

H_0 : เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีแตกต่างกัน

ตาราง 18 การเปรียบเทียบประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามเพศ

คุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี	ชาย (n=173) หญิง(n=277)				t	df	p
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.			
1. ด้านผู้ให้บริการ	3.89	0.52	3.85	0.58	0.689	398	0.491
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.61	0.52	3.56	0.61	0.788	398	0.431
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.71	0.58	3.66	0.62	0.903	398	0.367
รวม	3.74	0.50	3.69	0.56	0.855	398	0.393

จากตาราง 18 พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า t เท่ากับ 0.855 และค่า p เท่ากับ 0.393 ซึ่งมากกว่า 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้าน เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน นั่นคือผู้รับบริการระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 อายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต คาร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

H_0 : กลุ่มอายุทุกกลุ่มมีผลการประเมินด้านคุณภาพบริการของการตรวจสอบภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุ มีผลการประเมินด้านคุณภาพบริการตรวจสอบภาพแตกต่างกัน

ตาราง 19 การเปรียบเทียบผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต คาร์ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุ

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.383	0.692	2.281	0.104
	ภายในกลุ่ม	397	120.399	0.303		
	รวม	399	121.783			
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.717	0.358	1.097	0.335
	ภายในกลุ่ม	397	129.772	0.327		
	รวม	399	130.489			
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.460	0.730	2.023	0.134
	ภายในกลุ่ม	397	143.188	0.361		
	รวม	399	144.648			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.003	0.502	1.753	0.175
	ภายในกลุ่ม	397	113.585	0.286		
	รวม	399	114.588			

จากตาราง 19 พบว่าไม่มีกลุ่มอายุใดที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต คาร์ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า F เท่ากับ 1.753 และค่า p เท่ากับ 0.175 ซึ่งมากกว่า 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าไม่มีกลุ่มอายุใดประเมินคุณภาพทั้ง 3 ด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

H_0 : กลุ่มระดับการศึกษาทุกกลุ่มมีผลการประเมินด้านคุณภาพบริการของการตรวจสอบภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มระดับการศึกษาอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีผลการประเมินด้านคุณภาพบริการของการตรวจสอบภาพแตกต่างกัน

ตาราง 20 การเปรียบเทียบผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
1. ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.139	0.570	1.874	0.155
	ภายในกลุ่ม	397	120.643	0.304		
	รวม	399	121.783			
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.212	0.106	0.322	0.725
	ภายในกลุ่ม	397	130.277	0.328		
	รวม	399	130.489			
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.298	1.149	3.205	0.042*
	ภายในกลุ่ม	397	142.350	0.359		
	รวม	399	144.648			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.999	0.500	1.746	0.176
	ภายในกลุ่ม	397	113.589	0.286		
	รวม	399	114.588			

* $p < 0.05$

จากตาราง 20 พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า F เท่ากับ 1.746 และค่า p เท่ากับ 0.176 ซึ่งมากกว่า 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

ไว้ ส่วนด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบรายคู่ของผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.79	-	0.16* (0.015)	0.17 (0.099)
ปริญญาตรี	3.63	-	-	0.01 (0.926)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.62	-	-	-

* $p < 0.05$

จากตาราง 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรี มีค่า probability (p) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรี ให้ผลการประเมินคุณภาพมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.16

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 7 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต คัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

H_0 : พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพการแตกต่างกัน

ตาราง 22 การเปรียบเทียบผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต คัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามอาชีพ

คุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี	บริษัท (n = 279)		โรงงาน (n = 121)		T	df	p
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.			
1. ด้านผู้ให้บริการ	3.92	0.56	3.75	0.52	2.745	398	0.006*
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.60	0.60	3.54	0.49	1.153	275.001	0.250
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.73	0.61	3.57	0.56	2.454	398	0.015*
รวม	3.75	0.55	3.62	0.49	2.353	256.535	0.019*

* $p < 0.05$

จากตาราง 22 พบว่า พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยรวมบางด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า t เท่ากับ 0.2353 และค่า p เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้าน พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผู้ให้บริการและ ด้านกระบวนการให้บริการ นั่นคือ ผู้รับบริการระหว่างพนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจ

สุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัดแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน ข้อที่ 8 คุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัดไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด แตกต่างกัน

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตรวจสุขภาพ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี ฯ

การรับบริการ	N	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจในความพึงพอใจ ในคุณภาพบริการตรวจสุขภาพ	400	3.69	0.65	-1.392	399	0.165
คุณภาพบริการตรวจสุขภาพ	400	3.73	0.63			

จากตาราง 22 จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสุขภาพ และความพึงพอใจในความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -1.392$ $df = 399$ $Sig.(2-tailed) = 0.165 > 0.05$) นั้นแสดงว่า คุณภาพบริการตรวจสุขภาพเท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสุขภาพเท่ากัน

สมมติฐานย่อย 8.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๙ ด้านผู้ให้บริการ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพเท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านสถานที่ผู้ให้บริการ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านสถานที่ผู้ให้บริการ

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๙ ด้านผู้ให้บริการที่แตกต่างกัน

รายการเปรียบเทียบ	N	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการ	400	3.77	0.58	2.643	399	0.009*
คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพ	400	3.71	0.54			

* Sig.(2-tailed) < 0.05

จากตาราง 24 จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของคุณภาพการบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 2.643$ $df = 399$ $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.009 < 0.05$) นั้นแสดงว่า คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ และจากค่าที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ เท่ากับ 0.06

สมมติฐานย่อย 8.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปี ๕ ด้านสถานที่ให้บริการ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพเท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านสถานที่ผู้ให้บริการ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านสถานที่ผู้ให้บริการ

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปี๕ และ ความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปี ๕ ด้านสถานที่ให้บริการ

รายการเปรียบเทียบ	N	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจในด้านสถานที่ให้บริการ	400	3.48	0.67	-9.187	399	0.000*
คุณภาพบริการตรวจสอบสภาพ	400	3.71	0.54			

* $P < 0.05$

จากตาราง 25 จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์ เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านสถานที่ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 2.643$ $df = 399$) นั้นแสดงว่า คุณภาพบริการตรวจสอบสภาพมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ และจากค่าที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ เท่ากับ 0.23

สมมติฐานย่อย 8.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปี ๕ ด้านกระบวนการให้บริการ

H_0 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพเท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ

H_1 : ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีฯ และ ความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ฯ ด้านกระบวนการให้บริการ

รายการเปรียบเทียบ	N	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig. (2-tailed)
ความพึงพอใจในด้านการให้บริการ	400	3.63	0.68	-3.503	399	0.001*
คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพ	400	3.71	0.54			

* $P < 0.05$

Sig.(2-tailed) = 0.001*

จากตาราง 26 จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์ เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 2.643$ df = 399 Sig.(2-tailed)=0.001) นั้นแสดงว่า คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ และจากค่าที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ เท่ากับ 0.08

สมมติฐานข้อที่ 9 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

H_0 : พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินในความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินในความพึงพอใจคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพการแตกต่างกัน

ตาราง 27 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจคุณภาพ บริการตรวจสอบภาพ ประจำปี ๙	บริษัท (n =279)		โรงงาน (n = 121)		t	df	p
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.			
1. ด้านผู้ให้บริการ	3.80	0.57	3.70	0.60	1.629	398	0.104
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.51	0.70	3.41	0.60	1.404	398	0.161
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.69	0.67	3.47	0.66	3.024	398	0.003*
รวม	3.67	0.59	3.53	0.57	2.233	398	0.026*

* p < 0.05

จากตาราง 27 พบว่า พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า t เท่ากับ 2.233 และค่า p เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้าน พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของความพอใจคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 ด้านคือด้านผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านกระบวนการให้บริการพนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 28 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

ผลการทดสอบสมมติฐาน	ความคาดหวังและการรับรู้	ข้อมูลส่วนบุคคล			
		เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ
คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพฯ	N	Y	Y	Y	N
1. ด้านผู้ให้บริการ	Y	Y	Y	Y	N
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	Y	Y	Y	Y	Y
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	Y	Y	Y	N	N

สัญลักษณ์ Y หมายถึง เป็นไปตามสมมติฐาน
 สัญลักษณ์ N หมายถึง ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 29 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

ผลการทดสอบสมมติฐาน	ความพึงพอใจในคุณภาพบริการ
คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพฯ	Y
1. ด้านผู้ให้บริการ	N
2. ด้านสถานที่ให้บริการ	N
3. ด้านกระบวนการให้บริการ	N
อาชีพ	Y

สัญลักษณ์ Y หมายถึง เป็นไปตามสมมติฐาน
 สัญลักษณ์ N หมายถึง ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูปมามีโพโคในกรุงเทพมหานคร มีผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับต่อไปนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

สังเขปความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่มีผลต่อความคาดหวัง ของคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ของพนักงานบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม

2 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

3 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัดระหว่างกลุ่มพนักงานของบริษัทกับพนักงาน ในโรงงานอุตสาหกรรม

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษา ความคาดหวัง การรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัดสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการของการตรวจสอบสุขภาพของบริษัท ฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผน และดำเนินงานของบริษัทที่ได้รับการตรวจสอบสุขภาพ ที่ได้รับทราบเกี่ยวกับความคาดหวังของพนักงานของตนเองที่มีต่อการให้บริการตรวจสอบสุขภาพในครั้งนี้ เป็นพื้นฐานที่หน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานส่งเสริมสุขภาพ สามารถนำไปใช้ ในการประการพัฒนาด้านสุขภาพของประชาชนของประเทศต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive study) โดยศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการตรวจสอบสุขภาพประจำปีของพนักงาน ของบริษัทและในโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเนื้อหาต่าง ๆ ประกอบด้วย ความคาดหวัง การรับรู้ต่อการตรวจสอบสุขภาพประจำปีของพนักงานบริษัทและโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการ ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ พนักงานบริษัท ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรม ในต่างจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรม โดยทั้งหมดเป็นลูกค้าการตรวจสอบสภาพของโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

บริษัท หมายถึง บริษัทที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด และดำเนินกิจการอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น
โรงงานอุตสาหกรรม หมายถึง โรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ใน ที่อยู่ใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร และบริเวณจังหวัดรอบ ๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัดโดยเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ถึงวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2551

สมมติฐานในการวิจัย

1. เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด
2. อายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด
3. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด
4. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด
5. พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด
6. คุณภาพการบริการตรวจสอบสภาพประจำปีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตรวจสอบสภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เป็นพนักงานของบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรมซึ่งได้แก่

บริษัท หมายถึง บริษัทที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด และดำเนินกิจการอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น
โรงงานอุตสาหกรรม หมายถึง โรงงานในเขตอุตสาหกรรม ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ใน ที่อยู่ใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร และบริเวณจังหวัดรอบ ๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มี

โรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยนำข้อมูลจากตารางงานของบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัดในเดือน กันยายน พ.ศ. 2551 ที่ได้สำรวจข้อมูลโดยส่วนของการตลาด ซึ่งต้องส่งข้อมูลให้กับ ฝ่ายงานตรวจสอบสภาพล่วงหน้า อย่าง น้อย 3 เดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานของบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และโรงงานอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรม ในจังหวัดที่มีนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งได้แก่

บริษัท หมายถึง บริษัทที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด และดำเนินกิจการอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

โรงงานอุตสาหกรรม หมายถึงโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ใน ที่อยู่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร และบริเวณจังหวัดรอบๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรม ที่ได้รับบริการตรวจสอบสภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดตัวอย่างประชากร โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดตัวอย่าง (กัลยา วาณิชบัญชา.2539 : 25-26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่าง จากโรงงานอุตสาหกรรม และบริษัทที่มีอยู่ในแผน และตารางงานประจำเดือน กันยายน พ.ศ. 2551 ของบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ที่จะต้องไปให้บริการอย่างแน่นอน

ขั้นที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเจาะจงเลือกจำนวนบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งในและนอก กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้จำนวนบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรมที่แน่นอน

ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นพนักงานบริษัทโรงงานอุตสาหกรรม ที่อยู่ทั้งในและนอกในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสุ่ม โดยนำรายชื่อ และลำดับที่ ของพนักงานมาเรียงลำดับ ตามจำนวนประชากร กำหนดตัวเลขที่ใช้ในการสุ่ม และใช้คำสั่งของโปรแกรม SPSS For Windows สุ่มตัวอย่าง ที่กำหนด เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างตามโควตาของ บริษัท และโรงงานอุตสาหกรรม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Close-ended response Question) มี 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ การตรวจสุขภาพ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended response Question)

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทลำดับ (Ordinal Scale)
3. ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทลำดับ (Ordinal Scale)
4. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับประเมินความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ในด้านต่าง ๆ จำนวน 30 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ด้านผู้ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกระบวนการ จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ในด้านต่าง ๆ จำนวน 30 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ด้านผู้ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกายภาพ หรือสถานที่ให้บริการ จำนวน 10 ข้อ

ด้านกระบวนการ จำนวน 10 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอลงหนังสือจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือจากผู้บริหารบริษัทบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ที่จะขอใช้ข้อมูลจากบริษัทที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม

2. ขอความร่วมมือจัดส่งเอกสาร จาก ผู้จัดการโรงงาน และบริษัทกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1.เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการตอบ แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2.ทำการลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วนำลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3.การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางด้านคอมพิวเตอร์

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่องการศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ให้บริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด มีลักษณะส่วนใหญ่คือ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57 อายุน้อยกว่า 32 ปี คิดเป็นร้อยละ 52 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57 และเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 70

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

ความคาดหวังการให้บริการด้านผู้ให้บริการพบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.69 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวัง ทุกด้านในระดับมาก โดยด้านที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือ ด้านผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.80

ความคาดหวังการให้บริการด้านผู้ให้บริการพบว่าผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.80 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังทุกด้านในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือ แพทย์

พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย และแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ให้บริการตรวจด้วยความ
เต็มใจ เต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการ
รวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจา
สุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ย 3.90 การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ บุคลิกของแพทย์
น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.69 และจำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65
ตามลำดับ

ความคาดหวังการให้บริการด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวัง
ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ
จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.62 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
มีความคาดหวังส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือ
สถานที่ตรวจสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็น
ระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71
สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.68 มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่าน
แล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.60 และจำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และ มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย มีความคาดหวังใน
ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

ความคาดหวังการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ 5 พบว่าผู้ที่มารับบริการมีความ
คาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์
แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความคาดหวังส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมาก
ที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือ คุณภาพของ
อุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ การบริการที่ที่เหมาะสมกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.70 มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและ
ทันสมัย มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.66 ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแล
ท่านอย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58
เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.45 ตามลำดับ

การรับรู้ต่อการให้บริการ พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพ
ประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด มีผลการประเมินโดยรวมอยู่

ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.69 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินทุกด้านในระดับมาก โดยด้านที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ ด้านผู้ให้บริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.93

การรับรู้ต่อการให้บริการ ด้านผู้ให้บริการพบว่าผู้มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินทุกด้านในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน มีค่าเท่ากับ 4.10 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ บริการตรวจด้วยความตั้งใจ มีความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ มีค่าเท่ากับ 3.93 ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 บุคลิกของแพทย์หน้าเชือกถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ การใช้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

การรับรู้ต่อการให้บริการด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าผู้มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ สถานที่ตรวจสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมาสถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ มีค่าเท่ากับ 3.79 สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ มีค่าเท่ากับ 3.67 มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ส่วนผลการประเมินในระดับปานกลาง คือ มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และ มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ตามลำดับ

การรับรู้ต่อการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้มารับบริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.72 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผลการประเมินส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีผลการประเมินระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคุณภาพของอุปกรณ์เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ มีค่าเท่ากับ 3.83 การบริการที่ให้แก่เหมาะสมกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.81 มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และเจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ทุกด้านในระดับมาก โดยด้านที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ด้านผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.77 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกด้านในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีธรรมาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 3.90 แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 การใช้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และ การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ให้บริการ พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.48 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ย 3.62 ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ

จัดได้เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 สถานที่ตรวจสอบสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และมีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.63 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่ การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ย 0.05 โดยมีระดับผลต่างคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของการให้บริการ คือ ด้านผู้ให้บริการ อยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ย 0.13 ด้านสถานที่ให้บริการ อยู่ในระดับต่ำกว่าที่คาดหวัง มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ -0.07 และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง มีผลต่างของคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 0.08 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับ

คุณภาพการบริการตรวจสุขภาพประจำปี ฯ เพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 9 ข้อดังนี้

สมมติฐาน ข้อที่ 1 คุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีด้านผู้ให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -3.423$ df

= 399 Sig.(2-tailed) = 0.001 < 0.05) จากค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้พบว่าค่าเฉลี่ยของความคาดหวังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ แสดงว่าการบริการมีคุณภาพสูงกว่าที่คาดหวังในด้านผู้ให้บริการ

สมมติฐาน ข้อที่ 2 คุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีด้านสถานที่ให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของความความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -1.094$ df = 399 Sig.(2-tailed) = 0.275 > 0.05) แสดงว่าการบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวังในด้านสถานที่ให้บริการ

สมมติฐาน ข้อที่ 3 คุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีด้านกระบวนการให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของความความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 1.761$ df = 399 Sig.(2-tailed) = 0.079 > 0.05) แสดงว่าการบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวังในด้านการให้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 4 เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า t เท่ากับ 0.855 และค่า p เท่ากับ 0.393 ซึ่งมากกว่า 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้าน เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้านนั่นคือผู้รับบริการระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 อายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ไม่มีกลุ่มอายุใดที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า F เท่ากับ 1.753 และค่า p เท่ากับ 0.175 ซึ่งมากกว่า 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าไม่มีกลุ่มอายุใดประเมินคุณภาพทั้ง 3 ด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า F เท่ากับ 1.746 และค่า p เท่ากับ 0.176 ซึ่งมากกว่า 0.05) นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และเมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่แล้วพบว่า ผู้ประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรี มีค่า probability (p) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรี ให้ผลการประเมินคุณภาพมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.16 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 7 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยรวมบางด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า t เท่ากับ 0.2.353 และค่า p เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้าน พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผู้ให้บริการและ ด้านกระบวนการให้บริการ นั่นคือ ผู้รับบริการระหว่างพนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัดแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน ข้อที่ 8 คุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพ และความพึงพอใจในความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -1.392$ $df = 399$ $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.165 > 0.05$) นั้นแสดงว่าคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพเท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพเท่ากัน

สมมติฐานย่อย 8.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๕ ด้านผู้ให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของความคุณภาพการบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 2.643$ $df = 399$ $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.016 < 0.05$) นั้นแสดงว่าคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ และจากค่าที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ เท่ากับ 0.06

สมมติฐานย่อย 8.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๕ ด้านสถานที่ให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านสถานที่ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 2.643$ $df = 399$) นั้นแสดงว่า คุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ และจากค่าที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ เท่ากับ 0.23

สมมติฐานย่อย 8.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการ และความพึงพอใจในคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ๕ ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า จากการทดสอบด้วย paired t-test พบว่า ค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 2.643$ $df = 399$ $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.001$) นั้นแสดงว่าคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพมีค่าเฉลี่ยไม่เท่ากับค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพหลังรับบริการ และจากค่าที่ได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ เท่ากับ 0.08

สมมติฐานข้อที่ 9 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ
ตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (มีค่า t เท่ากับ 2.233 และค่า p เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อพิจารณารายด้าน พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 ด้านคือด้านผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านกระบวนการให้บริการพนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ให้บริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด มีลักษณะส่วนใหญ่คือ เป็นเพศหญิง มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันท์ คุณากรโชติพันธ์ (2550 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความคาดหวังการให้บริการด้านผู้ให้บริการ ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ตแคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังทุกด้านในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังระดับมากที่สุดคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย และแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ รองลงมาคือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอในแต่ละขั้นตอน แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี การเอาใจใส่กับ

ผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่ ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ และจำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันท์ คุณากรโชติพันธ์ (2550 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการคลินิก ดูแลผิวพรรณ และบริการคลินิกดูแลรักษาผิวพรรณ “เฉลิมพร-ภูษิตคลินิก” ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีลักษณะผิวหน้ามัน มีความคาดหวังมาก ด้านราคาผลิตภัณฑ์ และบริการของคลินิก ด้านการแพทย์ที่ทำการรักษา ด้านผลิตภัณฑ์ของคลินิก การรับรู้จริงอยู่ในระดับมาก ด้านแพทย์ที่ทำการรักษา ด้านพนักงานของคลินิก ด้านราคาผลิตภัณฑ์และบริการของคลินิก โดยรวมแล้วผู้บริโภคมีความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อผลิตภัณฑ์และบริการคลินิกดูแลรักษาผิวพรรณเฉลิมพร-ภูษิตคลินิก” โดยรวมแตกต่างกันและมีความพึงพอใจ

ความคาดหวังการให้บริการด้านสถานที่ให้บริการ ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม สถานที่ตรวจสะอาด จุดตรวจแต่ละจุดเหมาะสม ไม่คับแคบ มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย ส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ และมีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ ตามลำดับ

ความคาดหวังการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่ผู้รับบริการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด รองลงมาคือ มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่ การบริการที่ที่เหมาะสมกับความต้องการ มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิวเจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของ เจ้าหน้าที่ที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วนตามลำดับ

ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด พบว่า ผู้ที่มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง โดยมีระดับผลต่างคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านของการให้บริการ

คือ ด้านผู้ให้บริการ อยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง ด้านสถานที่ให้บริการ อยู่ในระดับต่ำกว่าที่คาดหวัง และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มารับบริการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี สรุปได้ดังนี้

ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการบริการมีคุณภาพสูงกว่าที่คาดหวังในด้านผู้ให้บริการ

ความความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการบริการมีคุณภาพตามที่คาดหวังในด้านกระบวนการให้บริการ

เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้รับบริการระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีผลการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

อายุ ไม่มีกลุ่มอายุใดที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวมและทั้ง 3 ด้านแตกต่างกัน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร่ แอนด์ แล็บ จำกัด โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ประเมินและได้ศึกษาเพิ่มเติมพบว่า คุณภาพการบริการตรวจสอบภาพที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรี ผู้ประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับปริญญาตรี ให้ผลการประเมินคุณภาพมากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยรวมบางด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผู้ให้บริการและ ด้านกระบวนการให้บริการ นั่นคือผู้รับบริการระหว่างพนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีผลการ

ประเมินคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัดแตกต่างกัน

คุณภาพการบริการตรวจสอบภาพ และความพึงพอใจในความพึงพอใจในคุณภาพการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า คุณภาพการบริการตรวจสอบภาพเท่ากับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในความพึงพอใจในคุณภาพการตรวจสอบภาพเท่ากัน

คุณภาพการบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ

คุณภาพการบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านสถานที่ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ

คุณภาพการบริการสุขภาพและความพึงพอใจต่อคุณภาพการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงกว่าระดับการประเมินคุณภาพ

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปีโดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจคุณภาพการตรวจสอบภาพประจำปี โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีค่าเฉลี่ยของความพอใจคุณภาพการตรวจสอบภาพประจำปี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 2 ด้านคือด้านผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ให้บริการ ส่วนด้านกระบวนการให้บริการ พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงานมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการตรวจสอบภาพประจำปี โดยบริษัทศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้มาใช้บริการตรวจสอบสุขภาพส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ดังนั้นต้องมุ่งทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายนี้เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องโปรโมชั่นให้มีกำลัง ในเรื่องการใช้บริการสูงขึ้น

2. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี โดยบริษัท ศูนย์สุขภาพอินเตอร์เมดิคัล แคร์ แอนด์ แล็บ จำกัด พนักงานบริษัทและพนักงานโรงงาน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรจัดการเรื่องการให้บริการ ที่แตกต่างกันตามลักษณะของอาชีพ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. เน้นการศึกษาแบบเจาะลึกไปในแต่ละพื้นที่เพื่อให้การศึกษาแคบลง และนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบว่าเหมือนหรือว่าแตกต่าง

2. ทำการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของแต่ละหน่วยงาน ให้ตรงกับความต้องการของแต่ละคน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของตลาดที่กว้างขึ้น

3. ควรศึกษาในประเด็นอื่นๆ เพิ่มขึ้น เรื่องของหน่วยงาน โปรโมชั่นของแต่ละสถานบริการทั้งเอกชน และรัฐบาลเพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างในเรื่องคุณภาพ และความคาดหวังที่กว้างขึ้น ไป





บรรณานุกรม

- กัลยา ดำรงค์ศักดิ์ (2544). การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ(กรณีศึกษา : โรงพยาบาลวิภาวดี).การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม.(การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา (2546ก). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10. กรุงเทพฯ : ซี เค แอนด์ เอสโพลิตัสตุติโอ.
- _____. (2544ข). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยสมพล ขาวประเสริฐ.(2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ:ส.เอเชียนเพรส(1989).
- ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2541).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ:เทพเนรมิตการพิมพ์.เดือนจิตต์ จิตต์อารี.(1999).วิจัยธุรกิจ.กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง จำกัด (มหาชน).
- บุญชม ศรีสะอาด.(2538).วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่2.กรุงเทพฯ:สุวีรยสาสน์
- พรรณี วรานุกลศักดิ์. (2546). ความคาดหวังการรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกันสังคมต่อคุณภาพบริการของแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลราชวิถี. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ . กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ราชบัณฑิตยสถาน.(2546).พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช และคณะ. (2546).หลักการตลาด.กรุงเทพฯ:เพียร์สันเอดดูเคชั่น อีโคโนมิค.มัลลิกาบุณนาค.(2527). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.(2542). จิตวิทยาการบริการ(หน่วยที่ 1-7). พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.(2542).สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์.(2539).คุณภาพงานบริการ.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประชาชน จำกัด.
- ศิริเพ็ญ อนันต์โท.(2546).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ Orange ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2546ก). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ:ธรรมสาร.
- _____. (2547ข). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ:ธรรมสาร.
- สหชัย ศีลาทอง.(2543). *แนวทางการประเมินคุณภาพการให้บริการการจัดส่งสินค้า*.
วิทยานิพนธ์ วศ.ม.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- เสรี วงษ์มณฑา,รศ.ดร.(2542). *กระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ:
วิสิทธิ์พัฒนา.
- เอกชัย สัมสุวรรณ.(2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการของศูนย์บริการ
โทรศัพท์ทะเล คอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขา ฟอรั่มทาวน์
รัชดาภิเษก*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Amstrong.Gary; & Philip Kotler.*Marketing and Introduction.6th ed*. New Jersey:
Peason Education, Inc, 2003
- Berry.L.L.Zeithaml.VA ; & Parasuraman, A *Quality Counts in Services*, too. Business
Horizons, May-June, pp.44-52,1985.
- Blackwell,Roger D.,PualW.Miniard;& Jame F.Engle. *Consumer Behavior*.9th ed. New
york : Harcourt, Inc.,2001.
- Boyt,Thomas Eugene.(1994).”A Study of Consumer Perception of Service Quality
Based on Price,Outcome, and Information,” Dissertation The University of
Oklahoma.
- Chistopher.W.F.;& Scheuing.EE (1993). *The Service Quality Handbook : (with
contributions from 57 international experts)*. New York : Amacom.
- Etzal,Michale J.,Bruce J.Walker ;& William J.Stanton. *Marketing*. 12th ed. Boston :
McGraw-Hill,Inc.,2001.
- Gronroos,C.(1990). *Service Management and Marketing*. The Nature of Service and
Service Quality. Stookholm University,Sweden.
- Kholthanasep,G.(2001). *A study of Customer Expectations and Perception of
Service Quality Delivery by First Class Hotels in Bangkok Metropolitan
Area*. Master of Business Administration Bangkok: Assumption University.
Photocopied.
- Knight,Delores Kay.(1996). ”Service Quality and The Small Apparel Specialty Store :
Perceptions of Female Customer,” Dissertation University of North Texas.
- Kotler,Philip ; & Gary Armstrong, *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc., 1996.
- _____. (2001). *Principles of Marketing*. 9th ed.New Jersey : Prentice-Hall.

- Lehtinen,U.;& Lehtinen, J.R.(1982). *Serviec Quality : A study of Quality Dimensions*.
Unpublished working paper,Hetsinki : Service Management Institute,
 Finland OY.
- Love Lock H.Christopher.(1996). *Managing Services*. New York : McGraw-Hill Book
 Company.
- Millet,John D.(1954). *Management in the Public-Service*. New York : McGraw-Hill
 Book
- Co.Oliver,R.L. & Rust.R.T.(1994). *Service Quality*. (New Direction in Theory and
 Practice).California : Sage Publications.
- Parasuraman,A,Berry,L.L.;& Zeithaml,V.A.(1985). *A Conceptual Model of Service
 Quality and Its Implications for Future Research*, Journal of Marketing 49(4).
- Parasuraman,A, Zeithaml,V.A.;& Berry,L.L.(1986,August). *SERQUAL,: A multiple Item
 Scale for Measuring customer perceptions of service quality*. Marketing Science
 Institute, Working Paper Report No.86-108
- _____. (1990). *Delivery quality service : balancing customer perceptions and
 expectations*. New York : A Division of MacMillan, Inc.
- _____. (1998). *SERQUAL : A multiple-item scale for measuring customer
 perception of service quality*. Journal of retailing 64 : 12-40.
- Regan,W.J.(1963). *The Service Revolution*, Journal of Marketing, July.
- Sarbin,T.R.(1994). *Construction the Social*. New York : McGraw-Hill.
- Schiffman LG & Kanuk L. (1997). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentive Hall
- Smith,R.;& Huston,M.(1983). *Script-Based Evaluations of Satsidaction with
 Service*.Beny,L.L,Shostack G.L. & Upah,G.,eds.,*Ernerging Perspectives on
 Service Marketing*. Chicago: American Marketing Association.
- Vavra Terry,G (1992). *Aftermarketing : How to keep Customer for Life through
 Relationship Marketing*. New York.
- Zairi,M. *Managing Customer Satisfaction; a Best Practice Perspective*. *The TQM
 Magazine*, Vol.12 No. 6, pp. 389-394,2000.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปีโดยบริษัท
ศูนย์สุขภาพอินเทอร์เน็ต คัล แอนด์ แล็บ จำกัด

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ประเมินก่อนรับการบริการขั้นความคาดหวัง และหลังจากได้รับบริการ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสอบสุขภาพประจำปี

ท่านได้คิดว่ามีเรื่องบริการมีคุณภาพในเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร ในการตรวจสอบสุขภาพประจำปีครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่า () ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

() 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ.....ปี (นับจำนวนปีเต็มไม่นับเดือน)

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() 1. พนักงานบริษัท

() 2. พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม

5. คุณพอใจในโปรแกรมการตรวจสอบสุขภาพประจำปี ที่ทางบริษัทท่านจัดให้ หรือไม่

() 1. พอใจมาก

() 2. ไม่พอใจ

6. ถ้ามีโปรแกรมการตรวจพิเศษ นอกเหนือจากที่บริษัทของท่านจัดให้ตรวจแล้ว ท่านยินดีที่จะชำระในส่วนที่มีการตรวจเพิ่มหรือไม่

() 1. ต้องการ

() 2. ไม่ต้องการ

ส่วนที่ 2 โปรดประเมินก่อนรับบริการบริการขั้นความคาดหวัง และหลังจากได้รับบริการ
ท่านได้คิดว่าการบริการมีคุณภาพในเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร ในการตรวจสอบภาพ
ประจำปีครั้งนี้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวเลขที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็น
ของท่านมากที่สุด โดยมีการพิจารณาดังนี้

- 5 หมายถึง ก่อนรับบริการขั้นคาดหวังมากที่สุด / หลังจากได้รับบริการมี
คุณภาพมากที่สุด
- 4 หมายถึง ก่อนรับบริการขั้นคาดหวังมาก / หลังจากได้รับบริการมี
คุณภาพมาก
- 3 หมายถึง ก่อนรับบริการขั้นคาดหวังปานกลาง / หลังจากได้รับบริการ
มีคุณภาพปานกลาง
- 2 หมายถึง ก่อนรับบริการขั้นคาดหวังน้อย / หลังจากได้รับบริการมี
คุณภาพน้อย
- 1 หมายถึง ก่อนรับบริการขั้นคาดหวังน้อยที่สุด / หลังจากได้รับบริการมี
คุณภาพน้อยที่สุด

ก่อนรับบริการท่าน คาดหวังในเรื่องต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด	รายการ	หลังจากได้รับบริการท่าน คิดว่าการบริการมี คุณภาพในเรื่องต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด
	ด้านผู้ให้บริการ	
5 4 3 2 1	1.จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ใน ศูนย์	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	2. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาด เรียบร้อย	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	3. ความสามารถในการตรวจของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	4. การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	5. การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ ผู้ตรวจ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	6. การให้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	7. บุคลิกของแพทย์นำเชื้อถือ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	8. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอริยาศยดี	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	9. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วย ความเต็มใจ เต็มความสามารถ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	10. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่ มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน	5 4 3 2 1
	ด้านสถานที่ให้บริการ	
5 4 3 2 1	11.สถานที่ให้บริการเหมาะสม กับการตรวจ	5 4 3 2 1

ก่อนรับบริการชั้น คาดหวัง	รายการ	หลังจากได้รับบริการ มีคุณภาพ
5 4 3 2 1	12.สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	13.สถานที่ตรวจสอบสะอาด	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	14.มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	15.มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	16. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	17 จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	18. มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	19. มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	20. มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย	5 4 3 2 1
ด้านกระบวนการให้บริการ		
5 4 3 2 1	21. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการ รับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	22. เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	23. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	24. มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	25. ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	26. เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	27. มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	28. มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่ พร้อมและเห็นได้ชัดเจน	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	29. คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ	5 4 3 2 1
5 4 3 2 1	30. การบริการที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ	5 4 3 2 1

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการตรวจสุขภาพประจำปีโดยของท่านที่ได้รับการ ตรวจสุขภาพประจำปีครั้งนี้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของ
ท่านมากที่สุด โดยมีการพิจารณาดังนี้

- | | | |
|---|---------|----------------------------|
| 5 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมาก |
| 3 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด |

ความพึงพอใจในด้าน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผู้ให้บริการ					
1.จำนวนแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ในศูนย์					
2. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่แต่งกาย สะอาดเรียบร้อย					
3. ความสามารถของแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่เวลาที่ใช้ในการตรวจ					
4. การเอาใจใส่กับผู้ตรวจของแพทย์ และเจ้าหน้าที่					
5. การให้คำแนะนำของแพทย์ และเจ้าหน้าที่แก่ผู้ตรวจ					
6. การให้เวลาในการตรวจรักษาของแพทย์					
7. บุคลิกของแพทย์น่าเชื่อถือ					
8. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ พุดจาสุภาพ อ่อนโยน มีอัธยาศัยดี					
9. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่บริการตรวจด้วยความเต็มใจ เต็มความสามารถ					
10. แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ ให้บริการรวดเร็ว ไม่มีการชะลอ ในแต่ละขั้นตอน					
ด้านสถานที่ให้บริการ					
12.สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ					
13.สถานที่ตรวจสะอาด					
14.มีป้ายบอกจุดตรวจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย					
15.มีเก้าอี้ หรือม้านั่งเพียงพอสำหรับคนรอตรวจ					
16. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง เช่น ห้องตรวจ จัดได้เหมาะสม					
17. จุดตรวจแต่ละจุด เหมาะสม ไม่คับแคบ					
18. มีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการตรวจ					
19. มีเอกสารให้ความรู้แก่ผู้ตรวจ					
20. มีกิจกรรมร่วม ในระหว่างรอตรวจ เพื่อผ่อนคลาย					
12.สถานที่และสิ่งแวดล้อมเหมาะสม เป็นระเบียบ					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
21. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำในการรับบริการได้ถูกต้องครบถ้วน					
22. เจ้าหน้าที่เต็มใจรับฟังปัญหาของท่าน					
23. เจ้าหน้าที่มีความพร้อมที่จะดูแลท่านอย่างเต็มที่					
24. มีการจัดลำดับคิวรอตรวจ ในลักษณะแถวคอย					
25. ระยะเวลาในการรอตรวจ ขอลำดับคิว					
26. เจ้าหน้าที่ให้บริการตรงเวลาที่กำหนด					
27. มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่พร้อมและทันสมัย					
28. มีอุปกรณ์และเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกที่พร้อมและเห็นได้ชัดเจน					
29. คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ในการตรวจ					
30. การบริการที่ที่ให้เหมาะสมกับความต้องการ					



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อสกุล	นาย อำนาจ ประสิทธิ์ดำรง
วันเดือนปีเกิด	22 เมษายน 2521
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	9/99 หมู่ 11 ต. บางแวก อ.บางแวก กรุงเทพมหานคร 10160
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ศูนย์สุขภาพ อินเตอร์ เมดิคัลแคร์ แอนด์ แล็บ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2539	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย
พ.ศ.2545	ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร (ระหว่างประเทศ) จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ.2552	ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ