หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับรู้ข้อมูล การรับรู้ชื่อเสียง และความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลจุฬาภรณ์
คำสำคัญ	ความคาดหวัง / การบริการ / ความพึงพอใจ
ชื่อนักศึกษา	ระวีวรรณ พูลศรี
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สหภาพ พ่อค้าทอง
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ข้อมูล การรับรู้ชื่อเสียง และความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานครฯ ซึ่งผู้วิจัยใช้หลักทฤษฎีของแนวคิดลักษณะทางประชากร มาดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวกับความคาดหวัง ความพึงพอใจ และหาความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ตลอดจนคุณภาพการให้บริการ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้ป่วยที่มารับบริการที่โรงพยาบาลจุฬาภรณ์ครั้งแรก ในคลินิก/หน่วย ต่าง ๆ ภายในโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ และอาคารศูนย์การแพทย์จุฬาภรณ์เฉลิมพระเกียรติจำนวน 350 คน และประชาชนตามแหล่งชุมชนที่มีประชากรหนาแน่น ในพื้นที่ใกล้เคียงกับโรงพยาบาล เช่น บริษัท โทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) ห้างสรรพสินค้าไอที สแควร์ และสวนสาธารณะบริเวณใกล้เคียง อีก 50 ตัวอย่าง สำหรับแบบสอบถาม (questionnaire) ที่ใช้ในงานวิจัยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ส่วนคือ (1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากร เพื่อเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สิทธิการรักษาการพยาบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งแผนก/ศูนย์ที่มาใช้บริการ (2) คำถามการรับรู้ข้อมูลของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวเป็นคำถามปลายปิด (close-ended question) ซึ่งคำถามในส่วนนี้จะใช้ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ในปัจจุบัน และความคาดหวังในอนาคต (ครอบคลุมทั้งช่องทาง online และ offline) ประเด็นความต้องการในการรับรู้ข่าวสารของโรงพยาบาล ระดับความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนการแนะนำบุคคลอื่นให้เปิดรับข้อมูลข่าวสารของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ (3) คำถามเกี่ยวการรับรู้ชื่อเสียงของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ เป็นแบบระดับการให้คะแนนแบบ (Likert

SPU CHONBURI

scale) จุดประสงค์เพื่อให้ทราบถึงชื่อเสียงของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ ครอบคลุมทั้ง 5 ด้านดังนี้ ด้านชื่อเสียงของแพทย์ ด้านการบริการ ด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ด้านอาคารและสถานที่ และด้านค่ารักษาพยาบาล ส่วนสุดท้ายเป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ มีจุดประสงค์เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ ครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน ดังนี้ ด้านองค์กร ด้านผลงานการศึกษา ค้นคว้าวิจัย และด้านบุคลากรทางการแพทย์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้ข้อมูลของแพทย์พยาบาลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านมะเร็ง คิดเป็นร้อยละ 50.2 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการรับรู้ชื่อเสียงในเรื่องของทีมแพทย์ในการตรวจวินิจฉัย รักษาโรคมะเร็งได้อย่างแม่นยำ และมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวัง ต่อโรงพยาบาลจุฬาภรณ์โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านองค์กรและด้านบุคลากรทางการแพทย์ อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.26 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-square พบว่า อายุที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลของโรงพยาบาลจุฬาภรณ์เป็นอันดับแรก แตกต่างกัน โดยทุกกลุ่มอายุ ที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเด็น การตรวจรักษาพยาบาลเฉพาะทาง อยู่ระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ *F*-test โดยวิธี One-way ANOVA พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลของโรงพยาบาลแตกต่างกัน มีการรับรู้ชื่อเสียงของโรงพยาบาลแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และผลการทดสอบด้วยสถิติ Pearson Correlation พบว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลจุฬาภรณ์ คือ การรับรู้ชื่อเสียงโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (*r*) อยู่ในระดับต่ำ คือ 0.248

SPUCHONBURI

Thesis Title	Customer Perception,Recognition And Expectation Towards Service of Chulabhorn Hospital
Keywords	Expectation / Service / Satisfaction
Student's Name	Raweewan Poolsri
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Sahapap Porkartong
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2021

ABSTRACT

The objective of this research study is to study the information perception, recognition and expectations of patients toward Chulabhorn Hospital, Laksi District, Bangkok service. The researcher uses demographic characteristics theory to analyze factors related to patients' expectations and satisfaction, find correlations related to the hospital image as well as service quality by collecting data from accidental sampling group of 400 samples. The samples consisted of 350 patients receiving service at Chulabhorn Hospital for the first time. It can be the hospital's clinic and various units or Chulabhorn Chalermprakiet Medical Center building. Another 50 samples were patients from densely populated communities close to the hospital i.e., Telecommunication Company of the Country Public Company Limited, IT Square shopping mall, and nearby parks.

The questionnaire was used in research as a researching tool which 4 divided parts; (1) questions about demographic information such as gender, age range, education level, occupation, income, rights to health care, and the department/center where the population used the service. (2) The question of perception of information of Chulabhorn Hospital to choose to answer only one question is a closed-ended question. The questions in this section will be used to collect information about the channels of perception of information of Chulabhorn Hospital at present and future expectations (covering both online and offline channels) (3) The question about the reputation perception of Chulabhorn Hospital is on the Likert scale with the purpose of knowing the reputation

SPU CHONBURI

of Chulabhorn Hospital, covering all 5 areas as follows: Reputation of physicians, service, Technology and medical equipment, building and place and medical expenses. The last part was the question about the expectation of service patientss towards Chulabhorn Hospital. The purpose is to know the expectations of service patientss towards Chulabhorn Hospital, covering 3 areas as follows: organization, education, research, and medical personnel.

The results showed that most of the samples were aware of the information of doctors and nurses with knowledge and expertise in cancer, 50.2%. The sample group focused on the perception of the reputation of the medical team for accurate and effective cancer diagnosis and treatment at the highest level, with a mean of 4.21. Most of the samples had the highest expectation of Chulabhorn Hospital with a mean of 4.25. When considering each aspect, it was found that the organization and medical personnel at the highest level with the same mean of 4.26. The results of hypothesis testing with Chi-Square statistic showed that the samples of different ages had different perceptions of Chulabhorn Hospital's first priority. All age groups were aware of the most information about specific treatment issues. The results of hypothesis testing with statistical *F*-test by One-way ANOVA method showed that the samples had different hospital perceptions at the statistical significance level of 0.05 and The test results with Pearson Correlation statistic found that the expectation of service patientss towards Chulabhorn Hospital in terms of overall reputation perception at the statistical significance level of 0.01 with a positive relationship The coefficient of correlation(*r*) was at a low level of 0.248

SPU CHONBURI