การศึกษาตัวแปรส่งผ่านระหว่างสภาพแวดล้อมของการให้บริการกับความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต

ณิชชา ไพรัตน์[1]
ระพีพรรณ พิริยะกุล[2]
นภาพร ขันธนภา[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาสภาวะแวดล้อมทางสังคม และทางกายภาพในด้านการบริการรับบริจาคโลหิต และการรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิต ต่อความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต เก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริจาคโลหิต จำนวนทั้งสิ้น 500 ราย นำผลที่ได้มาวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Smart PLS Graph และ AMOS ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สภาวะแวดล้อมทางสังคม ในด้านบรรยากาศสภาพแวดล้อมของผู้บริจาคโลหิตกลุ่มเครือข่ายสังคม ค่านิยมและมีความคิดด้านจิตสาธารณะ ช่วยเหลือสังคม มีผลโดยตรงต่อการรับรู้ถึงคุณค่าของการบริจาคโลหิต การแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต สำหรับสภาวะแวดล้อมทางกายภาพนั้น คุณภาพการบริการที่ดีของศูนย์บริการโลหิตที่ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความชำนาญของบุคลากรวิชาชีพ มีผลต่อความพึงใจในการบริจาคโลหิตและความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตอย่างมีนัยสำคัญ และนำไปสู่ความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต

คำสำคัญ: การบริจาคโลหิต ตัวแปรส่งผ่าน ความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต

[1]นักศึกษาหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนน รามคำแหง แขวง หัวหมาก เขต บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
Email: dr.nichcha.p@gmail.com
[2]อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนน รามคำแหง แขวง หัวหมาก เขต บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
Email: dr.nichcha.p@gmail.com
[3]อาจารย์ประจำ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
19/1 ถนน เพชรเกษม เขต หนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
Email: dr.nichcha.p@gmail.com

A Study of the Mediating Variables between Service Delivery Environments and Blood Donation Loyalty

Nichcha Pairatana[1]
Rapepun Piriyakul[2]
Napaporn Khantanapha[3]

Abstract

This research looked into of the effects of the service delivery environments (social and physical) on blood donation loyalty through mediating variables i.e., the perceived value of donation, donation satisfaction and trust in blood donation centre respectively. Structural equation modeling was applied by means of smart PLG graph and AMOS. Empirical data was collected by questionnaires that were distributed after blood donation to 500 donors. The results showed that social environment, particularly social network, value and public mind to help society directly influenced the perceived value of donation while the positive staff emotion resulted in positive donation satisfaction. For physical environment, the service delivery quality e.g., the blood donation tools and equipment, especially, the staff expertise, significantly and directly affected the donors' satisfaction, and led to blood donor loyalty.

Keywords: Blood donation, mediating variable, blood donation royalty

[1]Ph.D. Student, Ph.D.programme in Business Administration, Ramkamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Hua Mak, Bang kapi, Bangkok 10240
Email: dr.nichcha.p@gmail.com
[2]Lecturer, Ramkhamhaeng University.
2086 Ramkhamhaeng Road, Hua Mak, Bang kapi, Bangkok 10240
Email: dr.nichcha.p@gmail.com
[3]Lecturer, Southeast Asia University.
19/1 Phet Kasem Rd, Nongkhaem, Bangkok 10160
Email: dr.nichcha.p@gmail.com

บทนำ

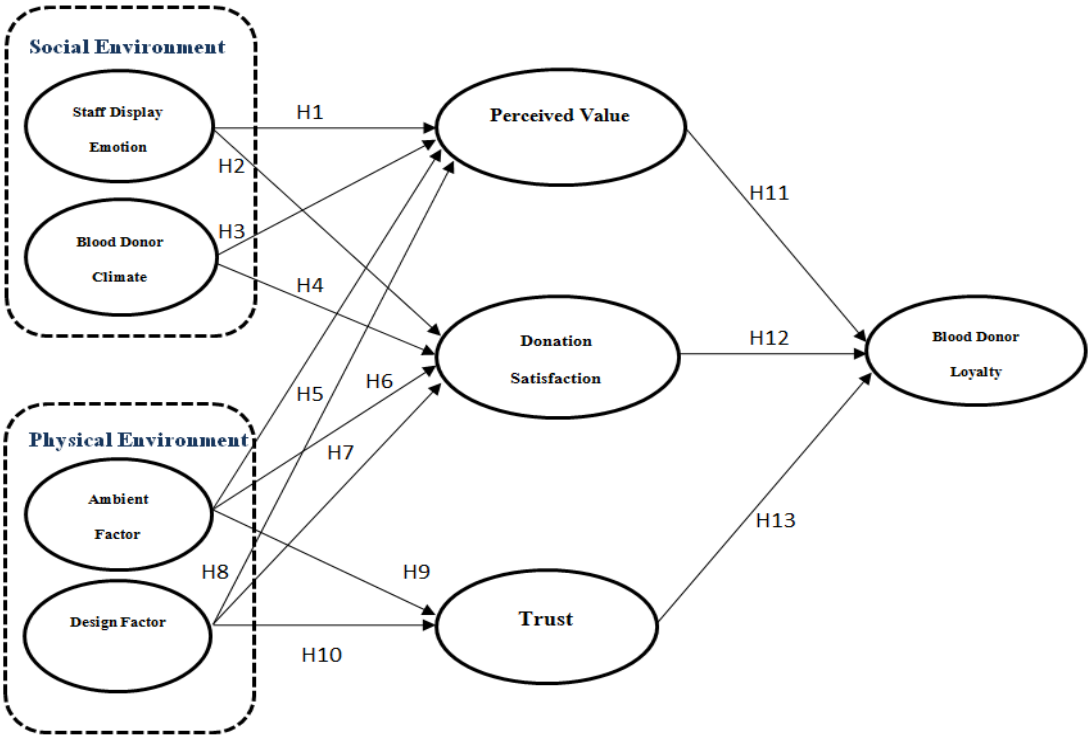
ตามที่องค์การอนามัยโลกมีการกำหนดประมาณการณ์การใช้โลหิตแต่ละประเทศไว้ว่าควรมีโลหิตในปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการใช้ทั้งประเทศ ซึ่งควรจะต้องมีปริมาณร้อยละ 2 ถึง 4 ของประชากร WHO (2013) โดยที่ประเทศไทยที่มีประชากรประมาณ 65 ล้านคนควรจะมีปริมาณการบริจาคโลหิตประมาณ 1.3 – 2.6 ล้านยูนิตต่อปีหรือคิดเป็นวันละ 3,560 – 7,120 ยูนิตแต่จากการเก็บสถิติของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติสภากาชาดไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2556-2557 มีผู้บริจาคโลหิตโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 1.6 ของประชากรและมีการบริจาคโลหิตเฉลี่ยเพียงปีละ 2 ครั้งต่อคน หรือเฉลี่ยวันละ 1,600-2,000 ยูนิต ซึ่งต่ำกว่าค่ามาตรฐานที่ WHO กำหนด นอกจากนั้นยังมีความต้องการใช้โลหิตเพิ่มขึ้นจากการเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติที่คาดไม่ถึงเช่น แผ่นดินไหว รวมถึงภัยธรรมชาติ Kuruppa (2010) ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยส่งผลให้มีการทำหัตถการที่เกี่ยวข้องทางการแพทย์เช่น ศัลยกรรมการผ่าตัดเปลี่ยนหัวใจ การปลูกถ่ายอวัยวะต่าง ๆ Zou et.al (2008) ทำให้โลหิตและส่วนประกอบของโลหิตมีความจำเป็นในการใช้งานซึ่งต้องมีการสำรองโลหิตที่ปลอดภัย และทันต่อความต้องการใช้งาน ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นคือการบริจาคโลหิตที่ไม่สม่ำเสมอ ทั้งยังมีการศึกษาพบว่าการเพิ่มจำนวนผู้บริจาคโลหิตครั้งแรกให้กลายเป็นผู้บริจาคประจำสม่ำเสมอจึงเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ McCarthy (2007) ทำให้เกิดความต้องการในการศึกษาถึงปัจจัยเกี่ยวข้องซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่จะส่งผลให้เกิดการบริจาคที่สม่ำเสมอโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสริมสร้างสภาวะแวดล้อมทางสังคมและทางกายภาพที่ดี ความเชื่อมั่นในศูนย์บริการโลหิต (Trust) ความพึงพอใจ (Satisfaction) ของผู้บริจาคโลหิตตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้น่าจะมีผลก่อให้เกิดความภักดีในการบริจาคในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาสภาวะแวดล้อมทางสังคม และสภาวะแวดล้อมทางกายภาพ ในด้านการบริการรับบริจาคโลหิต
2. ศึกษาการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิต ความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต และความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตของผู้บริจาคโลหิต
3. ศึกษาปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมทางสังคม และสภาวะแวดล้อมทางกายภาพผ่านการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต ความพึงพอใจ ระดับความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตเป็นผลให้เกิดความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต

วรรณกรรมปริทัศน์และการสร้างกรอบแนวความคิดและสมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนทฤษฎี วรรณกรรมตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เชื่อมโยงตัวแปรทั้งหมดเข้าด้วยกัน เป็นกรอบแนวความคิดการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมทางสังคม แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยได้แก่ การแสดงออกทางอารมณ์ของผู้ให้บริการ และบรรยากาศของกลุ่มผู้บริจาคโลหิต อีกตัวแปรหนึ่งเป็นปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมทางกายภาพแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยล้อมรอบ และปัจจัยออกแบบ รวมถึงปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิต ความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต ความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตส่งผลต่อการเกิดความภักดีในการบริจาคโลหิต ดังแสดงในรูปที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

การแสดงออกทางอารมณ์ของผู้ให้บริการนั้นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยที่ Pugh (2001) ศึกษาในผู้ให้บริการที่มีพฤติกรรมการแสดงออกด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม รวมถึงการแสดงความรู้สึกซาบซึ้ง ห่วงใยและยินดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดสภาวะทางอารมณ์ทางบวก ขณะที่ Hennig - Thurau et.al (2006) ศึกษาพบว่าสภาวะอารมณ์ของผู้รับบริการนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะแวดล้อม ในบริบทด้านการบริจาคโลหิตนั้นผู้ให้บริการมีการแสดงออกด้วยพฤติกรรมการให้การต้อนรับที่ดี สร้างสภาวะอารมณ์ที่ดีมีความเต็มใจในการบริการ มีปฏิสัมพันธ์แสดงความเป็นกันเองรวมถึงการให้ข้อมูลด้านประโยชน์การบริจาคย่อมส่งผลให้ผู้บริจาคโลหิตได้รับรู้ถึงคุณค่าในการบริจาคโลหิตสนับสนุนสมมติฐาน ที่ 1

H1. การแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ทางบวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าด้านการบริจาคโลหิต

สำหรับความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้น Bitner et.al (1990) ศึกษาพบว่าหลังการได้รับบริการแล้วผู้รับบริการจะมีการประเมินบริการนั้น ถ้าบริการที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจเกิดขึ้น เมื่อเกิดความพึงพอใจจะนำไปสู่การเกิดสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ เมื่อผู้ให้บริการมีสีหน้าที่ยิ้มแย้มให้ความเป็นกันเองต่อผู้รับบริการส่งผลต่อผู้รับบริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจเช่นกัน ในบริบทด้านการ

บริจาคโลหิตนั้น เจ้าหน้าที่ผู้มีทักษะความชำนาญ ด้วยพฤติกรรมการสื่อสารที่ดีจะส่งผลให้กลุ่มผู้บริจาคโลหิตมีทัศนคติที่เป็นบวกเมื่อได้รับการบริการที่ดี เมื่อผู้บริจาคได้รับการบริการที่มีพฤติกรรมการแสดงอารมณ์ในทางบวกย่อมส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการส่งมอบบริการให้แก่ผู้บริจาคโลหิตด้วยการดูแลปฏิบัติที่ดีของเจ้าหน้าที่ย่อมทำให้ผู้บริจาคโลหิตเกิดความพึงพอใจในการเข้ารับบริการได้อย่างต่อเนื่อง Nguyen et.al (2008) สนับสนุนสมมติฐาน ที่ 2

H2. การแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ทางบวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต

สำหรับปัจจัยด้านบรรยากาศกลุ่มผู้รับบริการนั้น Brocato & Kleiser (2005) ศึกษาพบว่าเมื่อมีการปรับปรุงบรรยากาศสภาพแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ให้เกิดการรับรู้คุณค่า และยังมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการคนอื่นๆในการบอกต่อไปถึงบริการที่ได้รับซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้รับบริการประเมินค่าบริการนั้นๆจากประสบการณ์ที่ได้รับจะถูกแบ่งปันให้กับผู้รับบริการอื่นๆเกิดการรับรู้ถึงคุณค่าของบริการที่ได้รับด้วยเช่นกัน การรับรู้ถึงบรรยากาศของผู้รับบริจาคโลหิตโดยการแบ่งปันต่อผู้บริจาคท่านอื่น หรือมีการปฏิสัมพันธ์ต่อกันระหว่างผู้บริจาคโลหิตนั้น Moore et.al (2005) ได้ศึกษาพบว่าบรรยากาศที่มีกลุ่มผู้บริจาคร่วมกันมีค่านิยมที่คล้ายคลึงกันย่อมส่งผลต่อต่อการรับรู้ด้านคุณค่าในการบริการที่มากขึ้นสนับสนุนสมมติฐาน ที่ 3

H3. บรรยากาศของกลุ่มผู้บริจาคโลหิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าด้านการบริจาคโลหิต

Moore et.al (2005) ได้ศึกษาวิจัยพบว่าเมื่อผู้รับบริการได้เข้าร่วมในบรรยากาศที่มีผู้รับบริการด้วยกันเองโดยมีสภาพแวดล้อมในการบริการดีมีผลต่อระดับความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม Bitner et.al (1990) ศึกษาถึงปฏิสัมพันธ์ของผู้รับบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญก่อเกิดประสบการณ์ที่ดีย่อมมีผลทางบวกต่อการเกิดความพึงพอใจ โดยที่กลุ่มผู้บริจาคโลหิตจะเกิดพฤติกรรมการบริจาคโลหิตร่วมกัน โดยมีทัศนคติทางบวกย่อมส่งผลให้กลุ่มผู้บริจาคโลหิตเกิดความพึงพอใจได้เช่นกันสนับสนุนสมมติฐาน ที่ 4

H4. บรรยากาศของผู้บริจาคโลหิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต

สภาวะแวดล้อมทางกายภาพนั้นมีผลต่อการตอบสนองทางอารมณ์ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแสดงพฤติกรรมและการรับรู้ถึงคุณค่าของบริการนั้นๆ โดยที่ Bitner (1992) ศึกษาสภาวะแวดล้อมทางกายภาพที่เกี่ยวกับการจัดสถานที่ในการให้บริการที่มีองค์ประกอบที่แตกต่างและโดดเด่น เหมาะสม เช่น การใช้สีสรร ระบบถ่ายเทอากาศที่ดี มีแสงสว่างที่เหมาะสม เมื่อผู้รับบริการได้พบเห็นจะนำมาซึ่ง ความรู้สึกทางด้านอารมณ์ที่ดีในการรับรู้ถึงคุณค่าและตอบสนองด้วยการแสดงอารมณ์ที่ดี ในบริบทด้านการบริจาคโลหิต การสร้างสภาวะแวดล้อมทางกายภาพ ในด้านปัจจัยล้อมรอบ (Ambient Factor) ศูนย์บริจาคต้องมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับสถานที่ในการให้บริการ เพื่อเสริมสร้างด้านความรู้สึกถึงการรับรู้ถึงคุณค่าให้แก่ผู้บริจาคโลหิตสนับสนุนสมมติฐาน ที่ 5

H5. ปัจจัยล้อมรอบ(Ambient Factor) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต

สำหรับเส้นทางถัดไป Bitner (1992) ศึกษาถึงสภาวะแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) มีอิทธิพลต่อการเกิดความพึงพอใจในบริการ ในบริบทด้านการบริจาคโลหิต การปรับปรุงด้านพื้นที่ในบริจาคโลหิต การอำนวยความสะดวกของผู้บริจาครวมถึงขั้นตอนการบริจาคโลหิตต้องทำอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนที่เรียบง่ายไม่ยุ่งยาก Barkworth et.al (2002) พบว่าการเกิดความรู้สึกตึงเครียด เกิดความกลัวจะส่งผลให้จำนวนผู้บริจาคโลหิตลดลง ดังนั้นการจัดสภาวะแวดล้อมทางกายภาพที่เกี่ยวกับปัจจัยล้อมรอบ (Ambient Factor) รวมถึงลดปัจจัยต่าง ๆ เช่นความกลัวด้วยการมีเสียงดนตรีจะสร้างความผ่อนคลาย และการจัดเก็บอุปกรณ์เครื่องมือที่ก่อให้เกิดความกลัวไม่ให้ผู้บริจาคได้พบเห็นจะส่งผลให้ผู้บริจาคได้รับประสบการณ์ในการรับบริจาคโลหิตที่ดี ย่อมส่งผลให้เกิดความชื่นชอบนำไปสู่ความพึงพอใจ สนับสนุนสมมติฐานที่ 6

H6. ปัจจัยล้อมรอบ(Ambient Factor) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเกิดความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต

การศึกษาวิจัยพบผลกระทบทางตรงของความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิต รวมถึงระบบดูแลด้านสุขภาพและมาตรฐานในการคัดกรองผู้บริจาคโลหิตนั้น Andaleeb and Bas (1995) ศึกษาพบว่าความเชื่อมั่น ความไว้วางใจในศูนย์บริจาคโลหิตจะมีผลต่อการบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสร้างความเชื่อมั่น ให้ผู้บริจาคโลหิตเกิดความไว้ใจของผู้บริจาคโลหิต ในด้านการมีมาตรฐานของเครื่องมือ อุปกรณ์รวมถึงความสะอาดสะดวกสบายของสถานที่รับบริจาค สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้บริจาคโลหิตอยากจะมาบริจาคอีกในครั้งต่อไป ดังนั้นปัจจัยล้อมรอบที่เหมาะสมจะทำให้ผู้บริจาคโลหิตเกิดความเชื่อมั่นความไว้วางใจในศูนย์บริจาคโลหิตซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 7

H7. ปัจจัยล้อมรอบ(Ambient Factor) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อระดับความเชื่อมั่นในการเข้ารับบริการศูนย์บริการโลหิต

สำหรับบริบทด้านการบริจาคโลหิตนั้น การสร้างการรับรู้โดยการรณรงค์เชิญชวนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อที่จะรักษาไว้ซึ่งผู้บริจาคเดิมและเพิ่มความภักดีด้วยการนำกลยุทธ์ที่เหมาะสมมาใช้ประกอบด้วย การปรับปรุงด้านคุณภาพการบริการ,การบริหารจัดการคน,การติดต่อสื่อสาร,การสร้างสายสัมพันธ์อันดี,รางวัลในการตอบแทนเพื่อสร้างให้เกิดความภาคภูมิใจ ด้วยการสร้างให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าของการบริจาคโลหิตมีส่วนทำให้ผู้บริจาคมีสุขภาพที่ดีขึ้น รวมถึงได้รับการตรวจการติดเชื้อไวรัสตับอักเสบบีและซี อีกทั้งการตรวจการติดเชื้อเฮชไอวีซึ่งเป็นผลดีต่อผู้บริจาคเอง การเน้นในเรื่องของคุณประโยชน์เพื่อดึงดูดการบริจาคโลหิตให้มีมากขึ้น Glynn et.al. (2003) ศึกษาปัจจัยออกแบบดังกล่าวที่เกิดขึ้นย่อมนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกให้ผู้บริจาคโลหิตเกิดการรับรู้ถึงคุณค่าในการบริจาคสนับสนุนสมมติฐานที่ 8

H8. ปัจจัยออกแบบ(Design Factor)มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต

Wong (2004) ศึกษาพบว่าปัจจัยออกแบบ (Design Factor) ซึ่งเป็นส่วนประกอบของสภาวะแวดล้อมทางกายภาพจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ รวมถึงการเกิดสภาวะอารมณ์

ความรู้สึกในทางบวก เช่น ความรู้สึกยินดี อย่างไรก็ตาม Jang and Namkung (2009) เน้นที่ปัจจัยออกแบบ (Design Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีสาธารณูปโภคที่ดีจะส่งผลกระทบต่อการเกิดความพึงพอใจ ศูนย์บริการโลหิตจำเป็นต้องมีการจัดการสภาวะแวดล้อม โดยที่ SNBTS (2006) ศึกษาถึงการสรรหาผู้บริจาคใหม่และรักษาไว้ซึ่งผู้บริจาคเก่า ได้แก่ การขยายระยะเวลาในการให้บริการ รวมถึงด้านปัจจัยภายนอก ได้แก่ บัตรของกำนัล,การตรวจสุขภาพฟรี โดยสถานที่รับบริจาคโลหิตต้องมีการเข้าถึงได้ง่าย เช่น สถานที่สาธารณะที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกได้มาตรฐาน ย่อมเกิดการตอบรับจากผู้ที่มีความประสงค์อยากบริจาคส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการบริจาคโลหิตได้เช่นกัน สนับสนุนสมมติฐานที่ 9

H9. ปัจจัยออกแบบ(Design Factor)มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต

สำหรับปัจจัยออกแบบที่ดีย่อมส่งผลให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีด้วย ได้แก่ การจัดสรรสถานที่ให้บริการสะอาดได้มาตรฐานมีสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งทักษะความเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่ การมีอัธยาศัยอ่อนโยน มีระบบการปฏิบัติงานด้านการให้คำแนะนำชี้แจงได้ชัดเจน โดยที่ Ringwald et.al (2010) ศึกษาโดยชี้ให้เห็นความสำคัญด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะของเจ้าหน้าที่ในขณะทำการบริจาคนั้นจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิต สนับสนุนสมมติฐานที่ 10

H10. ปัจจัยออกแบบ(Design Factor) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความระดับความเชื่อมั่นในการเข้ารับบริการศูนย์บริการโลหิต

สำหรับเส้นทางถัดไปแสดงถึงการเชื่อมโยงระหว่างความรู้สึกทางอารมณ์ของผู้รับบริการที่เป็นบวก และพฤติกรรมความตั้งใจ Donovan and Rossiter (1982) ศึกษาพบว่าผู้รับบริการที่ได้รับประสบการณ์ในการให้บริการด้วยสภาวะอารมณ์ที่เป็นบวกมีแนวโน้มในความตั้งใจสูงในการกลับมาอีก ขณะที่ Nyer (1997) ศึกษาพบว่าบุคคลใดที่มีสภาวะอารมณ์ในทางบวกในการรับรู้ถึงคุณค่าต่อการกระทำสิ่งหนึ่งจะมีความเต็มใจอย่างมากในการบอกต่อแบบปากต่อปากในทางบวก ซึ่งทำให้เกิดการซื้อหรือใช้บริการที่มากขึ้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจในการกลับซื้อใช้บริการในทางบวกหรือเกิดความภักดีในการเข้ารับบริการในครั้งต่อไปเช่นกัน สนับสนุนสมมติฐานที่ 11

H11. การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเกิดความภักดีของผู้บริจาคโลหิตทางบวก

มีงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษาถึงผลกระทบของความพึงพอใจต่อพฤติกรรมความตั้งใจหรือความภักดีโดยที่ Cronin et.al (2000) ศึกษาสรุปได้ถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เป็นบวกมีผลต่อการมีพฤติกรรมความตั้งใจหรือเกิดความภักดี ในการกลับมาใช้บริการอีก ทั้งยังมีแนวโน้มในการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ มาใช้บริการบ่อยครั้ง เมื่อความพึงพอใจของผู้บริจาคที่มีสูงย่อมเกิดแนวโน้มกลายเป็นความภักดีในการบริจาคครั้งต่อไป สนับสนุนสมมติฐานที่ 12

H12. ความพึงพอใจในการบริจาคโลหิตทางบวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเกิดความภักดีของผู้บริจาคโลหิต

สำหรับเส้นทางถัดมาเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ด้านความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์

ทางตรงต่อการเกิดความภักดีในการใช้บริการ Harsandaldeep (2013) ศึกษาพบว่าความเชื่อมั่น ไว้วางใจเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญให้เกิดความภักดีโดยที่ความเชื่อมั่นที่มีมากจะส่งผลทางตรงต่อการเกิดความภักดี ด้วยเช่นกัน สนับสนุนสมมติฐานที่ 13

H13. ความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเกิดความภักดีในการเข้ารับบริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

สภาพแวดล้อมทางสังคม(Social Environment) หมายถึง สภาวะแวดล้อมที่เกิดจากการสร้างความ สัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกลุ่มผู้บริจาคโลหิตส่งผลให้เกิดการสร้างการรับรู้และมีจิตสำนึกต่อสังคมเพิ่มขึ้น การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกิจกรรมหนึ่งร่วมกันที่เกิดจากทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และกลุ่มผู้บริจาคโลหิตที่มีต่อกัน

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง สภาวะแวดล้อมด้านการรับบริจาคโลหิต ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่บุคคลทั่วไปสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย โดยการสร้างสภาพแวดล้อมทางกาย ภาพเพื่อให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีได้แก่ ด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมของสถานที่ การออกแบบตกแต่งและแบ่งสัดส่วนพื้นที่ การนำอุปกรณ์ทันสมัยมาใช้ เป็นต้น

การแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ (Staff Display Emotion) หมายถึง การให้บริการของเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการโลหิตในด้านการแสดงออกทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริจาคโลหิต โดยการต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้ม แสดงสีหน้ายินดีและเต็มใจในการให้บริการ มีการสื่อสารรวมถึงดูแลเอาใจใส่

บรรยากาศของกลุ่มผู้บริจาคโลหิต (Blood Donor Climate) หมายถึง องค์ประกอบโดยรอบที่มีผลต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้บริจาคโลหิต รวมถึง ญาติ เพื่อนสนิท บุคคลใกล้ชิด คนรู้จักโดยรวมถึงผู้บริจาคโลหิตคนอื่นๆ ถึงบริการที่ได้รับ โดยรวมองค์ประกอบที่เกิดจากผู้บริจาคอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อการเข้ารับบริจาคโดยรวม

ปัจจัยล้อมรอบ(Ambient Factor) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่อยู่ล้อมรอบ สามารถสัมผัสได้ถึงบรรยากาศ ได้แก่ แสงสว่าง ,อากาศ และเสียงดนตรี ซึ่งศูนย์บริการโลหิตต้องมีระบบการจัดการด้านสถานที่รับบริจาคโลหิตสะอาดได้มาตรฐาน ให้ความรู้สึกปลอดโปร่ง มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่แออัดคับแคบ อุณหภูมิควรปรับให้อยู่ในระดับเหมาะสม ไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป ปราศจากเสียงและกลิ่นรบกวน

ปัจจัยออกแบบ (Design Factor) หมายถึง สภาวะแวดล้อมทางกายภาพที่ถูกสร้างโดยเน้นการออกแบบกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในกระบวนการให้บริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดวางเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆให้เกิดความเหมาะสม การแต่งกายของผู้ให้บริการ ความสะอาดได้มาตรฐานของเครื่องมือ

การรับรู้ด้านคุณค่าของการบริจาคโลหิต (Perceived Value) หมายถึง การรับรู้ถึงคุณค่ารวมถึงผลที่ได้รับในการบริจาคโลหิต ในด้านความเสียสละตนเองเพื่อผู้อื่นได้อย่างเต็มใจ มีความรู้สึกด้านการรับรู้ถึงการช่วยเหลือสังคม สนใจใส่ใจต่อสวัสดิภาพของผู้อื่น การแสดงถึง

ความมีจิตสาธารณะในการช่วยเหลือผู้อื่นอย่างเต็มที่

ความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต (Donation Satisfaction) หมายถึงความรู้สึกยินดีในการเข้ารับบริการของผู้บริจาคโลหิต ประกอบด้วยความรู้สึกยินดี เต็มใจ ในการเข้ารับการบริจาคโลหิต มีความชื่นชอบในด้านการต้อนรับและการสื่อสารข้อมูลเพื่อให้ผู้บริจาคเกิดความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

ความเชื่อมั่นในการบริจาคโลหิต (Trust) หมายถึงความเชื่อมั่นที่เน้นให้เกิดในผู้บริจาคโลหิตเพื่อให้เชื่อมั่นในการบริจาคโลหิต ได้แก่ เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย รวมถึงทักษะความสามารถด้านวิชาชีพของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ความภักดีของผู้บริจาคโลหิต(Blood Donor Loyalty) หมายถึงพฤติกรรมความตั้งใจในการบริจาคโลหิตเป็นประจำสม่ำเสมอ พร้อมทั้งบอกต่อคนรอบข้าง รวมถึงมีความพร้อมที่จะร่วมมือในการเข้ารับการบริจาคด้วยความเต็มใจเป็นประจำสม่ำเสมอ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะพิสูจน์ถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมทางสังคมและสภาวะแวดล้อมทางกายภาพส่งผลให้เกิดความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต

2. สามารถนำไปเป็นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในการวางแผนเพื่อให้เกิดแนวทางที่เป็นมาตรฐานในการสร้างภาพลักษณ์กับศูนย์บริการโลหิต ทำให้ผู้บริจาคโลหิตเกิดเจตคติอันดี เกิดความพึงพอใจและเกิดความภักดีต่อองค์การ รวมถึงการสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการรณรงค์ส่งเสริมอย่างประสิทธิภาพ

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และเครื่องมือในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มผู้บริจาคโลหิตซึ่งมาใช้บริการศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ (lower bounds on sample size in structural instruction modeling) ของ Westland (2010) มีสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่าง ดังนี้

$$n \geq 50\, r^2 - 450r + 1100$$

โดยที่ r คือ อัตราส่วนระหว่างตัวชี้วัด (indicators variable) กับตัวแปรแฝง (latent variables) ซึ่งในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย indicators = 34 และ latent = 8 ดังนั้น r =4.375 จากการคำนวณสูตรข้างต้น พบว่าต้องมีจำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 88.28 ตัวอย่าง ในการวิจัยในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริจาคโลหิตจำนวน 500 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงชั้นภูมิ (Stratified Simple Random Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรต้น ตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรตาม ดังนี้

- ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ สภาวะแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) แบ่งออกเป็น 2 ตัวแปร มีดังนี้ การแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่(Staff Displayed Emotion --SDE) และบรรยากาศของกลุ่มผู้บริจาคโลหิต (Blood Donor Climate -- BDC) รวมถึงสภาวะแวดล้อมทางกายภาพ(Physical Environment) แบ่งออกเป็น 2 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยล้อมรอบ (Ambient Factor--AF) และปัจจัยออกแบบ (Design Factor--DF)

• ตัวแปรส่งผ่าน (Mediating variable) ได้แก่ การรับรู้คุณค่าในการบริจาคโลหิต (Perceived Value -- PV) ความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต (Donation Satisfaction -- DS) และความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิต (Trust --T)

• ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต(Blood Donor Loyalty --BDL)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลตามความเหมาะสมของคุณลักษณะของข้อมูล และวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

1. ใช้สถิติเชิงพรรณา (Descriptive statistics) บรรยายคุณลักษณะผู้บริจาคโลหิต พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.00 โดยมีระดับช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 33.80 สถานภาพโสด ร้อยละ 60.20 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรีร้อยละ 60.60 โดยมีระดับเงินเดือนสูงสุดอยู่ระหว่าง 12,000-20,000 บาทร้อยละ 35.80 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 50.20 มีหมู่โลหิต O ร้อยละ 37.40 รองลงมาคือ หมู่โลหิต Bร้อยละ 28.80 และน้อยที่สุดคือ หมู่โลหิต AB ร้อยละ 12.60 ซึ่งมีหมู่โลหิต อาร์เอช (Rh) มากที่สุดคือ อาร์เอชบวก ร้อยละ 99.60 น้อยที่สุดเป็นผู้บริจาคโลหิตที่มีหมู่โลหิตอาร์เอชลบร้อยละ 0.40 โดยผู้บริจาคส่วนใหญ่เคยบริจาคโลหิตมาก่อนแล้วร้อยละ 83.80รองลงมาคือ บริจาคครั้งแรกร้อยละ 16.20และผู้บริจาคส่วนใหญ่จะบริจาคโลหิตประมาณ 2-3 ครั้งต่อปีร้อยละ 42.40

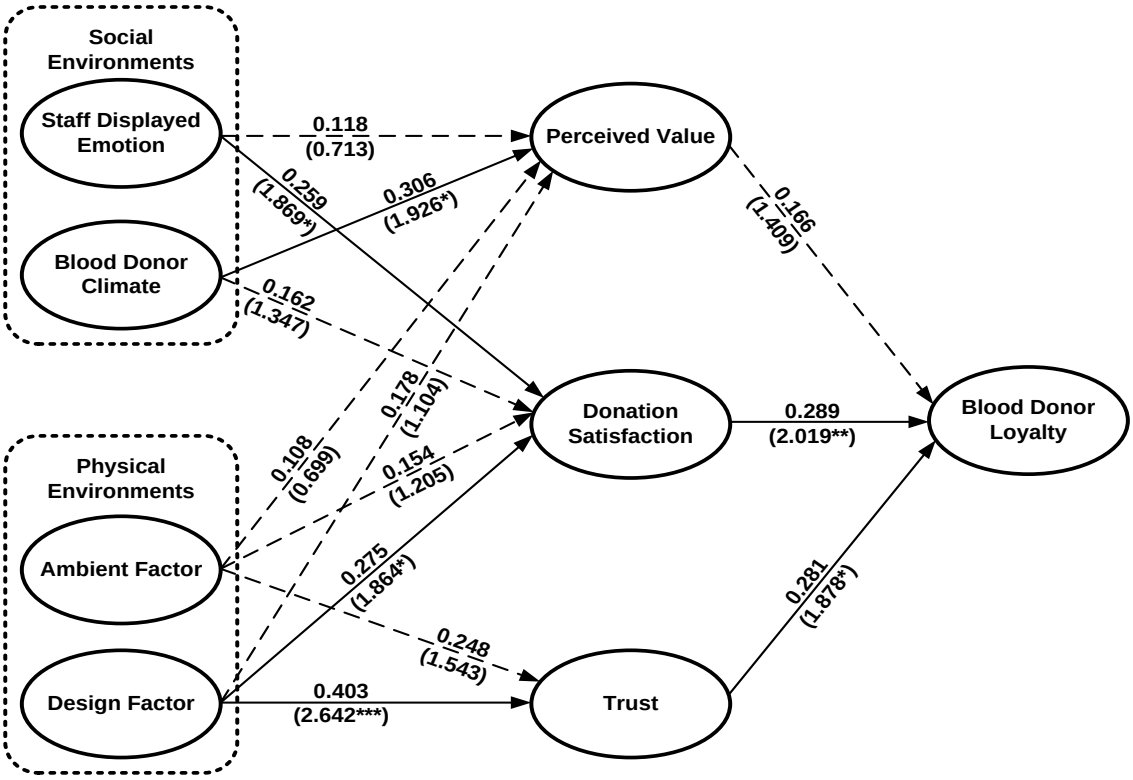
2. ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิตโดยวิเคราะห์ความสอดคล้องเหมาะสมของตัวแบบที่ได้พัฒนาขึ้นจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด

3. สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (inferential statistics) ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Smart PLS-Graph และAMOS

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

วิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างเพื่อศึกษากรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งได้ผลตามรูปที่ 2

จากรูปที่ 2 เมื่อพิจารณาระดับอิทธิพลของปัจจัยทั้งตัวแปรภายนอก และตัวแปรภายในในการศึกษาวิจัยนี้ คือ การแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ บรรยากาศของกลุ่มผู้บริจาคโลหิต ปัจจัยล้อมรอบ ปัจจัยออกแบบ การรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิต ความพึงพอใจในการบริจาคโลหิต ความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิต ความภักดีในการบริจาคโลหิต สรุปเป็นตารางผลการทดสอบสมมติฐานตามตารางที่ 1



ภาพประกอบที่ 2 เส้นทางความสัมพันธ์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

ที่มา. การทดสอบโมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยด้วย Smart PLS Graph

หมายเหตุ: 1. ตัวเลขกำกับเส้นทางระหว่างตัวแปรแฝง เรียกว่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง

2. ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บหมายถึง ค่า t statistic

3. นัยสำคัญทางสถิติของสัมประสิทธิ์เส้นทางพิจารณาได้จากค่า

p ≤ 0.10* แสดงว่ามีนัยสำคัญ

p ≤ 0.05 ** แสดงว่ามีนัยสำคัญมาก

p≤ 0.01*** แสดงว่ามีนัยสำคัญอย่างยิ่ง

จากตาราง 1 สรุปผลจากภาพเส้นทางการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ตามตารางดังนี้

ตาราง 1 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Coet.)	t	ผลลัพธ์
H1	0.118	0.713	ไม่สนับสนุน
H2	0.259	1.869*	สนับสนุน
H3	0.306	1.926*	สนับสนุน
H4	0.162	1.347	ไม่สนับสนุน
H5	0.108	0.699	ไม่สนับสนุน
H6	0.154	1.205	ไม่สนับสนุน
H7	0.248	1.543	ไม่สนับสนุน
H8	0.178	1.104	ไม่สนับสนุน
H9	0.275	1.864*	สนับสนุน
H10	0.403	2.642***	สนับสนุน
H11	0.166	1.409	ไม่สนับสนุน
H12	0.289	2.019**	สนับสนุน
H13	0.281	1.878*	สนับสนุน

Significant level,*p≤0.10**p≤0.05,***p≤0.01

นอกจากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SMART PLS-Graph งานวิจัยนี้ยังทำการนำโมเดลนี้ไปทำการทดสอบการยืนยันด้วยผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ AMOS ซึ่งเป็น SEM ชนิด Covariance-Based SEM (CBSEM) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธี Maximize Similarity ระหว่าง Covariance Structure ตามข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตรวจสอบได้จากเกณฑ์ (Threshold) ที่กำหนด ได้แก่ ค่า RMSEA, R2 และค่า Fit Index ต่าง ๆ โดยที่การปรับตัวแบบจะเป็นการโยงให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่าง error term ของ Manifest Variable ในการวัดผลการทดสอบโมเดลงานวิจัยนี้ได้นำ AMOS เพื่อช่วยสนับสนุนการทดสอบยืนยันได้ผลโดยที่ CB-SEM มีประเด็นในการวัดโมเดลงานวิจัยนี้ได้เป็น Parsimonious fit ซึ่งมีดัชนีในการวัดเป็นค่า Chisq/df โดยระดับที่ยอมรับได้ต้องน้อยกว่า 5.0 (Marsh and Hocevar, 1985) ขณะที่ผลที่ได้จากโมเดลได้ค่า Chi-square/df เท่ากับ 3.86 ซึ่งผ่านตามเกณฑ์อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สรุปผลการทดสอบระหว่าง Smart PLS Graph กับ AMOS ซึ่งเป็น SEM ชนิด Covariance-Based SEM (CBSEM) สำหรับโมเดลงานวิจัยนี้ได้ผลสอดคล้องตรงกันในตัวแปรที่มีนัยสำคัญเหมือนกันทั้งสองการทดสอบ

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาวะแวดล้อมทางสังคมในปัจจัยด้านการแสดงอารมณ์เจ้าหน้าที่ที่ดีนั้นจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริจาคโลหิตโดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Bitner(1990) ซึ่งในบริบทการบริจาคโลหิตนั้นปัจจัยด้านการแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่นั้นจำเป็นต้องมีการปฏิบัติดูแลผู้บริจาคสอดคล้องกับการศึกษาของ Nguyen et al.(2008) ศึกษาพบว่าเมื่อเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านกระบวนการบริจาคที่เป็นกันเองย่อมส่งผลให้ผู้บริจาคโลหิตเกิดความพึงพอใจ

2. สภาวะแวดล้อมทางสังคมในปัจจัยด้านบรรยากาศกลุ่มของผู้บริจาคโลหิตผลการวิจัยพบว่ามีผลสนันสนุนต่อการเกิดปัจจัยส่งผ่านด้านการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brocato and Kleiser (2005) ศึกษาพบว่าบรรยากาศกลุ่มผู้บริจาคโลหิตที่มีความสัมพันธ์ที่ดีจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ในด้านการรับรู้คุณค่าในบริการ รวมถึงการแบ่งปันข่าวสารข้อมูลร่วมกันด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริจาคโลหิตด้วยกันเอง ส่งผลต่อการเกิดปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิตว่าเป็นสิ่งที่บุคคลรอบข้าง และสังคมส่วนใหญ่เกิดจิตสำนึกในการร่วมกันกระทำกิจกรรมเพื่อสาธารณะเพื่อส่วนรวม

3. สภาวะแวดล้อมทางกายภาพในด้านปัจจัยออกแบบ (Design Factor) ซึ่งมีคุณภาพบริการที่ดีนั้นมีผลต่อความพึงพอใจในการบริจาคโลหิตสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Bitner et.al. (1990, 1992) ศึกษาพบว่าปัจจัยออกแบบนั้นเป็นการสร้างสภาวะแวดล้อมให้เกิดการคุณภาพการบริการที่ดี ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจสอดคล้องกับงานวิจัย Jang and Numkung (2009) โดยที่ปัจจัยออกแบบจะเน้นเรื่องค์ประกอบต่างๆที่ทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีได้มาตรฐาน และความตั้งใจในการบริจาคโลหิตในอนาคตสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen DD.et.al(2008) รวมถึงการนำเสนอคุณภาพบริการที่ได้มาตรฐานในระดับที่ดี จะคงไว้ซึ่งระดับความเชื่อมั่นในศูนย์บริการโลหิตได้เป็นอย่างมากจะมีผลต่อการบริจาคโลหิตอย่างต่อเนื่อง

4. ปัจจัยส่งผ่านด้านความพึงพอใจในการบริจาคโลหิตมีอิทธิพลต่อการเกิดความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Han and Ryu (2009) และ Namkung and Jang (2007)

5. ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตนั้นมีความสำคัญต่อการเกิดความภักดีในการบริจาคโลหิต ซึ่งเมื่อผู้บริจาคโลหิตเกิดระดับความเชื่อมั่นในศูนย์บริการโลหิตมากนั้น ย่อมส่งผลต่อการเกิดความภักดีในการบริจาคโลหิตสูง ซึ่งผู้บริจาคโลหิตจะกลับมาบริจาคโลหิตในครั้งต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Harsandaldeep (2013)

6. สภาวะแวดล้อมทางสังคมในด้านปัจจัยการแสดงอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่ดีนั้นพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิตแตก ต่างกับงานวิจัย Pugh(2001), และ Hennig-Thurau et.al. (2006) เนื่องจากงานวิจัยทำในภาคธุรกิจบริการ ซึ่งมีบริบทที่แตกต่างกับเจ้าหน้าที่ในภาครัฐ

7. สภาวะแวดล้อมทางสังคมในปัจจัยด้านบรรยากาศกลุ่มผู้บริจาคโลหิต (Blood Donor Climate) ไม่ส่งผลต่อการเกิดความพึงพอใจ ด้วยเหตุที่วรรณกรรมทางการตลาดเน้นที่ผู้รับบริการนำเสนอบริการต่างๆ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยซึ่ง

กลุ่มผู้บริจาคโลหิตไม่ใช่กลุ่มลูกค้า แสดงให้เห็นว่า การบริจาคโลหิตจะเกิดความพึงพอใจได้ต้องมีจิตศรัทธาจากผู้บริจาคผู้นั้น เกิดความตระหนักในการการกระทำดีด้วยความสมัครใจเข้ามาใช้บริการก่อน

8.สำหรับปัจจัยล้อมรอบ(Ambient Factor)ที่ดีนั้นไม่ส่งผลต่อปัจจัยส่งผ่านด้านการรับรู้คุณค่าของการบริจาคโลหิต นอกจากนั้นยังพบว่าในบริบทการบริจาคโลหิตนั้นแตกต่างจากงานวิจัยของ Burn and Niesner (2006) ที่ศึกษาในภาคธุรกิจบริการค้าปลีก รวมถึง ปัจจัยล้อมรอบ(Ambient Factor)ไม่ส่งผลต่อการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งผลการวิจัยแตกต่างกับงานวิจัยของ Han and Ryu (2009) และไม่ส่งผลต่อระดับความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ Andaleeb and Basu (1995) ในด้านความเชื่อมั่น ความไว้วางใจในศูนย์บริจาคโลหิตจะเกิดขึ้นจากการสร้างปัจจัยล้อมรอบที่ต้องมีความเหมาะสมมีมาตรฐานที่ดี มีแสงสว่าง อากาศถ่ายเท รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายจะช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นได้มากยิ่งขึ้น

9.ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงคุณค่าของการบริจาคโลหิต (Perceived Value) ในบริบทด้านการบริจาคโลหิตนั้นเป็นพฤติกรรมการมีจิตสาธารณะของแต่ละคนเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องทางจิตวิทยามนุษย์ ผู้บริจาคโลหิตต้องมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง รวมถึงอิทธิพลจากคนรอบข้างเพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของการบริจาคโลหิต โดยที่ผู้บริจาคโลหิตอาจเกิดการรับรู้ถึงคุณค่าของการบริจาคได้แต่ไม่ส่งผลให้เกิดความภักดีในการเป็นผู้บริจาคด้วยอุปสรรคหลายประการ

10.การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ในภาพรวมพบว่าควรเน้นการสร้างสภาวะแวดล้อมทางสังคมเป็นกลุ่มเครือข่ายที่มีค่านิยม ความคิดด้านจิตสาธารณะเพื่อช่วยเหลือสังคมและส่วนร่วมให้มีมากขึ้น การจัดตั้งเครือข่ายอาสาสมัครให้เป็นผู้สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายที่สามารถบริจาคโลหิตได้ โดยการให้ความรู้ความเข้าใจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธาและให้ความร่วมมือในการบริจาคโลหิตในครั้งแรกและกลายเป็นผู้บริจาคประจำสม่ำเสมอ ทั้งนี้เนื่องจากในวัฒนธรรมไทย ยังมีส่งเสริมให้เกิดจิตตระหนักในการช่วยเหลือสังคมไม่เพียงพอ รวมถึงค่านิยมของคนไทยยังยึดติดกับการตื่นตัวตามกระแสสังคมมากกว่า การเกิดจิตสำนึกต่อส่วนรวมด้วยตนเอง

11. สำหรับผลการศึกษาด้านสภาวะแวดล้อมทางกายภาพที่ได้จากผลการวิจัยนั้นพบว่า ปัจจัยล้อมรอบ (Ambient Factor) เป็นการสร้างสุนทรียภาพให้เกิดกับผู้บริจาคโลหิตให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ลดความกังวลขณะบริจาคในระหว่างการรับบริจาค ปรับอุณหภูมิให้เย็นสบาย มีการเปิดเพลงเพื่อให้ผู้บริจาครู้สึกผ่อนคลาย ยิ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกประทับใจ ทั้งยังเป็นการสร้างเสริมให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าของการบริจาคโลหิตด้วยความยินดีที่จะมาบริจาคโลหิตเอง ส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นคนดีของสังคม รวมไปถึงส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในศูนย์บริจาคโลหิตในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย

12. สำหรับปัจจัยออกแบบ (Design Factor) ในด้านคุณภาพการบริการของระบบการบริหารจัดการที่ดีของศูนย์บริการโลหิตมีความเป็นมาตรฐานนั้นส่งผลเป็นอย่างมากต่อการเกิดระดับความเชื่อมั่น จากการที่ศูนย์บริการ

โลหิตเป็นองค์การของรัฐที่ไม่แสวงหากำไร ต้องเน้นในการสร้างความเชื่อมั่นนั้นด้วยการนำเสนอคุณภาพบริการที่ดีมีความจำเป็นต้องรักษาให้เกิดมาตรฐานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลต่อความภักดีในการบริจาคโลหิตได้เป็นอย่างดี

ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากบริบทในการศึกษาวิจัยทำในองค์การภาครัฐที่เป็น Social Sector ยังมีตัวแปรอีกเป็นจำนวนมากที่จะต้องปรับปรุง รวมทั้งหนึ่งยังเป็นการศึกษาทางด้านจิตวิทยาของมนุษย์ซึ่งเป็นเรื่องที่ใหม่ ที่ยังมีการศึกษาวิจัยไม่มากนักจำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรอีกเป็นจำนวนมากได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวกับ ทัศนคติ แรงจูงใจ การมีพฤติกรรมช่วยเหลือสังคม และประเด็นอื่นๆที่เป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

นอกจากปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมการบริการที่ได้ทำการวิจัยโดยบรูณาการเข้ากับองค์การของรัฐซึ่งไม่แสวงหากำไรแล้วนั้น ผลการวิจัยยังได้ทราบถึงความสำคัญด้านบุคลากรในภาครัฐที่มีจำนวนจำกัดโดยต้องรองรับต่อการบริการที่มีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้มีการปฏิบัติงานได้อย่างเกิดประสิทธิภาพไม่เต็มที่ได้ ดังนั้นงานวิจัยที่อนาคตควรจะศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรศึกษาครอบคลุมถึงผลกระทบของความตึงเครียดในงาน (Job Stress)
2. ควรศึกษาด้านดุลยภาพงานกับชีวิต (Work Life Balance) ที่มีผลต่อการบริการ
3. ควรศึกษาถึงตัวแปรสำคัญอื่นๆที่เกี่ยวข้องต่อการเกิดความภักดีในการเป็นผู้บริจาคโลหิต อาทิ พฤติกรรม ทัศนคติ ปัญหา และ อุปสรรคต่าง ๆ เป็นต้น

References

Bitner, M.J., Booms, B.H. and Tetreault, M.S. (1990). “The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents”, **Journal of Marketing**, Vol. 54(1), pp. 71-84.

Bitner, M.J. (1992). “Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees”, **Journal of Marketing**, Vol. 56 (2), pp. 57-71.

Brocato, E.D. and Kleiser, S.B. (2005). “Influence of other customers: a scale development”, **American Marketing Association, Conference Proceedings**, Vol. 16, p. 128.

Burns, D.J. and Neisner, L. (2006). “Customer satisfaction in a retail setting – the Contribution of emotion”**, International Journal of Retail & Distribution Management**, Vol. 34, 1, pp. 49-66.

Cronin, J.J. Jr, Brady, M.K. and Hult, G.T.M. (2000). “Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments”, **Journal of Retailing**, Vol. 76(2), pp. 193-217.

Donovan, R. and Rossiter, J. (1982). "Store atmosphere: an environmental psychology approach", **Journal of Retailing**, Vol. 58 (1), pp. 34-57.

Glynn SA, Williams AE, Nass CC, Bethel J, et al. (2003) .Attitudes towards blood donation incentives in the United States: Implications for donor recruitment**. Transfusion,** Vol. 43(1): 7–16.

Han, H. and Ryu, K. (2009). "The roles of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the restaurant industry", **Journal of Hospitality and Tourism Research,** Vol. 33 (4), pp. 487-510.

Harsandaldeep K.(2013). Mediating role of Commitment and Corporate Image in The Formation of Customer Loyalty, **Journal of India Business Research**, Vol. 5 (1) pp. 34-57.

Hennig-Thurau, T., Groth, M., Paul, M. and Gremler, D.D. (2006). "Are all smiles created equal? How emotional contagion and emotional labor affect service relationships", **Journal of Marketing**, Vol. 70 (3), pp. 58-73.

Jang, S. and Namkung, Y. (2009). "Perceived quality, emotions, and behavioral intentions: application of an extended Mehrabian-Russell model to restaurants", **Journal of Business Research**, Vol. 62 (4), pp. 451-60.

Kuruppa KK.(2010). "Management of Blood system in disaster" January 2010,Vol.38(1):87-90:**Journal Advance in Transfusion Safety** pp.1-104

Marsh, H. W., & Hocevar, D. (1985). **Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: First- and higher order factor models and their invariance across groups**. Psychological Bulletin, 97, 362-582.

McCarthy,L.T.(2007)."How do I manage a blood shortage in transfusion service? "**Transfusion**, Vol.47,760-762.

Moore, R., Moore, M.L. and Capella, M. (2005). "The impact of customer-to-customer interactions in a high personal contact service setting", **Journal of Services Marketing,** Vol. 19 (7), pp. 482-91.

Nguyen D, DeVita D, Hirschler N, Murphy E. (2008). "Blood donor satisfaction and intention on future donation" **Transfusion,** Vol. 48(4): 742–748.

Nyer, P.U. (1997). "A study of the relationships between cognitive appraisals and consumption emotions", **Academy of Marketing Science Journal**, Vol. 25 (4), pp. 296-301.

Pugh, S.D. (2001). "Service with a smile: emotional contagion in the service encounter", **Academy of Management Journal**, Vol. 44 (5), pp. 1018-27.

SNBTS,(2006). **The Scottish National Blood Transfusion Service Transfus Med Hemother. 2006** Vol. 38(6): 373–378

WHO., (2013).**World health Report 2013**: Research For universal Health Coverage

Zou S, Musavi F, Notari EP, Fang CT. (2008). "Changing age distribution of the blood donor population in the United States". **Transfusion,** Vol. 48(2): 251–257.