

สารบัญ

| | หน้า |
|---|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ..... | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ข |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ง |
| สารบัญ..... | จ |
| สารบัญตาราง..... | ช |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 2 |
| นิยามศัพท์ | 2 |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา | 3 |
| บทที่ 2 แนวความคิดและทฤษฎี | 4 |
| ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix) | 4 |
| งานด้านส่วนประสมการตลาดบริการของโรงพยาบาลเอกชน | 14 |
| ทฤษฎีการตลาดสายสัมพันธ์ (The Relationship Marketing) | 17 |
| งานด้านการตลาดสายสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน | 18 |
| สรุปสาระสำคัญจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 18 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา | 20 |
| ขอบเขตและวิธีการศึกษา | 20 |
| วิธีการคัดเลือกตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง | 21 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา | 21 |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล | 23 |
| สถิติที่ใช้ในการศึกษา | 23 |
| ระยะเวลาในการศึกษา | 23 |
| การรายงานผลการศึกษา | 24 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 25 |
| บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา | 47 |
| สรุปผลการศึกษา | 48 |
| อภิปรายผลการศึกษา | 51 |
| ข้อค้นพบ | 52 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|-----------------|------|
| ข้อเสนอแนะ | 53 |
| บรรณานุกรม | 55 |
| ภาคผนวก | 57 |
| แบบสอบถาม | 58 |
| ประวัติผู้เขียน | 65 |

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 1 | แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล | 26 |
| 2 | แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ | 27 |
| 3 | แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ | 27 |
| 4 | แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา | 28 |
| 5 | แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ | 29 |
| 6 | แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน | 30 |
| 7 | แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ในการรักษาพยาบาล | 31 |
| 8 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 32 |
| 9 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 34 |
| 10 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 35 |
| 11 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 36 |
| 12 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 37 |
| 13 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 38 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 14 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า (Customer Service) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 39 |
| 15 | แสดงค่าเฉลี่ยรวม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix) ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 40 |
| 16 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) ที่มีผลต่อผู้บริโภคเฉพาะที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 41 |
| 17 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อผู้บริโภคเฉพาะที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 43 |
| 18 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อผู้บริโภคเฉพาะที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 44 |
| 19 | แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อผู้บริโภคเฉพาะที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 45 |
| 20 | แสดงค่าเฉลี่ยรวม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ระดับที่มีผลต่อผู้บริโภคของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix) ที่มีผลต่อผู้บริโภคเฉพาะที่เคยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | 46 |