สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญตาราง		ญ
สารบัญภาพ		ด
บทที่ 1	บทนำ	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
	นิยามศัพท์	2
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
	แนวคิด และทฤษฎี	4
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	10
	ขอบเขตการศึกษา	10
	วิธีการศึกษา	10
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
	การวิเคราะห์ข้อมูล	12
	สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
	ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4	ผลการศึกษา	14
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
	ส่วนที่ 2 การประเมินความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ	23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	ส่วนที่ 3 การประเมินการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ	30
	ส่วนที่ 4 ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ	37
	ส่วนที่ 5 ปัญหาในการใช้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	51
	ส่วนที่ 6 การประเมินความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา และรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	53
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	95
	สรุปผลการศึกษา	95
	อภิปรายผล	107
	ข้อค้นพบ	111
	ข้อเสนอแนะ	112
บรรณานุกรม		116
ภาคผนวก		118
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	119
	ภาคผนวก ข หนังสือยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา และเผยแพร่ผลการศึกษา	129
ประวัติผู้เขียน		130

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	17
6	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	17
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	18
8	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการรักษาโรคหัวใจที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	18
9	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยใช้บริการรักษาโรคหัวใจที่โรงพยาบาลก่อนมาใช้บริการรักษาโรคหัวใจที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	19
10	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการรักษาโรคหัวใจจากที่อื่นมาก่อน จำแนกตามสาเหตุที่เลือกใช้บริการรักษาโรคหัวใจที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	20
11	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโรงพยาบาลที่เคยใช้บริการรักษาโรคหัวใจก่อนจะมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	21
12	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการรักษาโรคหัวใจจากที่อื่นมาก่อน จำแนกตามสาเหตุที่เปลี่ยนมาใช้บริการรักษาโรคหัวใจที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	22
13	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามด้านราคา	24
15	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามด้านการจัดจำหน่าย	25
16	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด	26
17	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามด้านบุคลากร	27
18	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ	28
19	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจ จำแนกตามด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	29
20	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์	30
21	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามด้านราคา	31
22	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามด้านการจัดจำหน่าย	32

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามด้านการตลาด	33
24	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามด้านบุคลากร	34
25	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามด้านกระบวนการให้บริการ	35
26	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม จำแนกตามด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	36
27	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	37
28	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	39
29	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	41
30	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	43
31	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	45
32	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	47
33	แสดงค่าเฉลี่ยระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมีปัญหาในการใช้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	51
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม	52
36	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	54
37	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านราคา จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	56
38	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	57
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	58
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านบุคลากร จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	59
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	60
42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	61
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	62
44	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านราคา จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	64
45	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	65
46	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	66

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
47	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านบุคลากร จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	67
48	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	68
49	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา	69
50	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	70
51	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามปัจจัยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ของข้อคำถามที่ 1	72
52	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านราคา จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	73
53	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อปัจจัยราคา จำแนกตามปัจจัยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ ของข้อคำถามที่ 3	74
54	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	75
55	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	76
56	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	77
57	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามปัจจัยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ของข้อคำถามที่ 3	78
58	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามปัจจัยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ของข้อคำถามที่ 5	79

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
59	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามปัจจัยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ของข้อคำถามที่ 7	80
60	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	81
61	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามปัจจัยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ของข้อคำถามที่ 4	82
62	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	83
63	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	84
64	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านราคา จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	86
65	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	87
66	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามปัจจัยรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ของข้อคำถามที่ 1	88
67	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	89
68	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านบุคลากร จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	90
69	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	92
70	แสดงค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	93

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
71	แสดงค่าผลต่างเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและการรับรู้ จากปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันมากที่สุด 10 อันดับแรก	108

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	38
2	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	40
3	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	42
4	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	44
5	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร	46
6	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	48
7	แสดงการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังและค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved