

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญรูป	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
ขอบเขตประชากร	11
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	11
วิธีการศึกษา	13
การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
สถานที่ใช้ในการดำเนินงาน และรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการดำเนินการ	14

ลิขสิทธิ์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดต่างๆที่มีผลต่อการเลือกใช้ โรงพยาบาลเอกชน ของผู้ป่วยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดต่างๆที่มีผลต่อการเลือกใช้ โรงพยาบาลเอกชน ของผู้ป่วยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการมีประกันสุขภาพ หรือสวัสดิการในการเบิกค่ารักษาพยาบาล	32
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการศึกษา	81
อภิปรายผลการศึกษา	90
ข้อค้นพบ	91
ข้อเสนอแนะ	92
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก แบบสอบถาม	95
ประวัติผู้เขียน	101

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนผู้ป่วยโดยเฉลี่ยต่อเดือน และขนาดตัวอย่าง ที่คาดว่าจะต้องทำการเก็บในแต่ละโรงพยาบาล	12
2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
3	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพสมรส	17
5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	17
6	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	18
8	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการ มีประกันสุขภาพ/สวัสดิการในการเบิกค่ารักษาพยาบาล	19
9	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท ของประกันสุขภาพ/สวัสดิการในการเบิกค่ารักษาพยาบาลที่มี	19
10	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจ ที่จะรับข่าวสารทางการแพทย์จากทางโรงพยาบาลเอกชน	20
11	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โรงพยาบาลเอกชนที่ใช้บริการในครั้งก่อนหน้า	21
12	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท บริการที่ใช้ในครั้งก่อนหน้า	22
13	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการรับบริการในครั้งก่อนหน้า	23
14	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ที่ใช้ในการประเมินเพื่อเลือกโรงพยาบาลเอกชน	24

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกรับบริการ โรงพยาบาลเอกชน	25
16	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การพบเห็นกิจกรรมการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน	26
17	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความชื่นชอบที่มีต่อกิจกรรมการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน รวมทั้งค่าเฉลี่ย และการแปลผล	27
18	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรม การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการ โรงพยาบาลเอกชน รวมทั้งค่าเฉลี่ย และการแปลผล	29
19	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ ผู้ตอบได้รับข่าวสาร โรงพยาบาลเอกชน	30
20	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท ของคนรู้จักที่ผู้ตอบได้รับข่าวสาร โรงพยาบาลเอกชน	31
21	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการพบเห็น กิจกรรมการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามเพศ	32
22	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อกิจกรรมการสื่อสารการตลาด จำแนกตามเพศ	34
23	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับกิจกรรม การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามเพศ	36
24	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสื่อต่างๆ ที่ได้รับข่าวสารของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามเพศ	37

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการพบเห็น กิจกรรมการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามอายุ	39
26	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความชื่นชอบของผู้ตอบ แบบสอบถาม ต่อกิจกรรมการสื่อสารการตลาด จำแนกตามอายุ	41
27	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการ กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามอายุ	43
28	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสื่อต่างๆ ที่ได้รับข่าวสารของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามอายุ	45
29	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการพบเห็น กิจกรรมการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามอาชีพ	47
30	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบ สอบถาม ต่อกิจกรรมการสื่อสารการตลาด จำแนกตามอาชีพ	50
31	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการ กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามอาชีพ	53
32	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสื่อต่างๆ ที่ได้รับข่าวสารของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามอาชีพ	56
33	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการพบเห็น กิจกรรมการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	60
34	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบ สอบถาม ต่อกิจกรรมการสื่อสารการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของ ครอบครัวต่อเดือน	63

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
35	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	66
36	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสื่อต่างๆ ที่ได้รับข่าวสารของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของ ครอบครัวต่อเดือน	69
37	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการพบเห็น กิจกรรมการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามการมี ประกันสุขภาพหรือสวัสดิการในการเบิกค่ารักษาพยาบาล	73
38	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความชื่นชอบของผู้ตอบแบบ สอบถาม ต่อกิจกรรมการสื่อสารการตลาดจำแนกตามการมีประกันสุขภาพ หรือสวัสดิการในการเบิกค่ารักษาพยาบาล	75
39	แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ กิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามการมีประกันสุขภาพหรือสวัสดิการ ในการเบิกค่ารักษาพยาบาล	77
40	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสื่อต่างๆ ที่ได้รับข่าวสารของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามการมีประกันสุขภาพ หรือสวัสดิการในการเบิกค่ารักษาพยาบาล	79
41	แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดของ โรงพยาบาลเอกชน จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	87

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1	แสดงขั้นตอนการตอบสนองของผู้บริโภคตามแนวความคิดแบบ Hierarchy-of-effects Model	5



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved