สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		**(1)**
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		**(3)**
กิตติกรรมประกาศ		**(5)**
สารบัญ		**(7)**
สารบัญตาราง		**(9)**
สารบัญภาพ		**(11)**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
	สมมติฐานของการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	**7**
	ความพึงพอใจและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	7
	ส่วนประสมทางการตลาด	13
	การบริการ	14
	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดโรงพยาบาล	20
	งานบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยา	29
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	**33**
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
	การวิเคราะห์ข้อมูล	34
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4	**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**	**37**
	สัญลักษณ์และอักษรทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
	การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา	39
	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	45
บทที่ 5	**สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**	**61**
	สรุปผลการวิจัย	62
	อภิปรายผล	65
	ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	68
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	69
บรรณานุกรม		**71**
ภาคผนวก		**73**
	แบบสอบถาม	75
ประวัติผู้วิจัย		**79**

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวน และร้อยละของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	38
4.2	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยา โดยรวมและรายด้าน	40
4.3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการบริการด้านสถานที่	40
4.4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการแพทย์และบุคลากร	41
4.5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	43
4.6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการบริหารและเทคโนโลยีการแพทย์	43
4.7	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามเพศ	45
4.8	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามอายุ	46
4.9	ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา การบริการด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	48
4.10	ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการแพทย์และบุคลากร จำแนกตามอายุ	48
4.11	ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการบริหารและเทคโนโลยีการแพทย์ จำแนกตามอายุ	49
4.12	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามอาชีพ	50

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

4.13 ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการบริการด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ 51

4.14 ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการแพทย์และบุคลากร จำแนกตามอาชีพ 52

4.15 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามระดับการศึกษา 53

4.16 ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการบริการด้านสถานที่ จำแนกตามระดับการศึกษา 54

4.17 ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการแพทย์และบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา 55

4.18 ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา 55

4.19 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามรายได้ 56

4.20 ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการบริการด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้ 57

4.21 ผลการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา ด้านการแพทย์และบุคลากร จำแนกตามรายได้ 58

4.22 การเปรียบเทียบการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเจ้าพระยา จำแนกตามสถานภาพสมรส 59

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	การตลาดโรงพยาบาล	21
2.2	ประยุกต์ใช้แนวคิดหลักของการตลาดในโรงพยาบาล	22
2.3	ภารกิจหลักของการตลาดโรงพยาบาล	24

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี