

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรในกรุงเทพมหานครต่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับรักษาของผู้ป่วยในโรงพยาบาลเอกชน (2) ศึกษาการรับสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ป่วยในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชน และ (3) ศึกษาการตัดสินใจเข้ารับการรักษาของประชากรต่อการรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชากรในกรุงเทพมหานคร ที่เข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามสำหรับกรอกด้วยตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t test การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ด้วยวิธี LSD ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการวิจัยพบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าประชากรที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ประชากรที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าประชากรที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนประชากรที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ประชากรที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

ประชากรที่มีระยะเวลาในการติดตามข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน ประมาณ 2 ปี มีการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าประชากรที่มีระยะเวลาในการติดตามข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน ต่ำกว่า 1 ปี และมากกว่า 3 ปีขึ้นไป และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน 30 นาที/ครั้ง มีการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าประชากรที่มีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน 60 นาที/ครั้ง และประชากรที่มีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน 45 นาที/ครั้ง มีการตัดสินใจเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนมากกว่าประชากรที่มีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชน 30 นาที/ครั้ง

In this thesis, the researcher delineates (1) the demographical characteristics of patients in private hospitals in Bangkok Metropolis insofar as these characteristics bear on the effects public relations have on those receiving medical treatment in these hospitals. The researcher additionally investigates (2) the exposure to private hospital public relations information insofar as it affects decisions to receive medical treatment in these hospitals. Finally, the researcher inquires into (3) decisions to receive medical treatment by members of the general public involving the reception of public relations information disseminated by private hospitals in Bangkok Metropolis.

The research population consisted of 400 residents in Bangkok Metropolis receiving medical treatment in private hospitals. The instrument of research used to collect data was a self-administered questionnaire.

Techniques of descriptive statistics used in the analysis of the data collected were frequency, percentage, mean and standard deviation. The techniques of *t* test and one-way analysis of variance (ANOVA) were also employed for testing purposes. The technique of Least Significant Difference (LSD) multiple comparison was used in cases in which differences were found at a statistically significant level.

Findings are as follows:

Of the members of the sample population, those who were employed as civil service or state enterprise employees decided to receive medical treatment in private hospitals more frequently than was the case for those who were students or university students. Furthermore, those who were employed as civil service or state enterprise employees decided to receive medical treatment in private hospitals more frequently than those employed at private companies.

Those members of the sample population with a monthly income between 10,001 and 15,000 baht decided to receive medical treatment in private hospitals more frequently than those whose monthly income was lower than 10,000 baht. Those whose monthly income was between 15,001 and 20,000 baht decided to receive medical treatment in private hospitals more frequently than those whose monthly income was lower than 10,000 baht.

The members of the sample population who received follow-up public relations information from private hospitals within a period of about two years decided to receive medical treatment in private hospitals more frequently than those who received follow-up public relations information from private hospitals in a period of less than one year and those who received such information in a period greater than three years.

The major of those sampled who were exposed to private hospital public relations information for about thirty minutes per session made decisions to receive medical treatment in private hospitals more frequently than those who were exposed to such information for a period greater than sixty minutes per session. However, members of the sample population who were exposed to such information for forty-five minutes per session more frequently made decisions to receive medical treatment in private hospitals than those who were exposed to such information for thirty minutes per session.