

ศิริพัคตร์ เหลืองอ่อน 2557: การจัดการลูกค้าสัมพันธ์และคุณค่าตราสินค้าโรงพยาบาล  
กรุงเทพพญา ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม)  
สาขาการบริหารและพัฒนาอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ อาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ภูวเดช โหระเรือง, D.P.A. 153 หน้า

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล การ  
จัดการลูกค้าสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณค่าตราสินค้าโรงพยาบาล  
กรุงเทพพญา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล มีกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่ถือบัตรสมาชิก  
โรงพยาบาลกรุงเทพพญา สัญชาติไทย จำนวน 393 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ  
ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าที การวิเคราะห์ความ  
แปรปรวนทางเดียว และสถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มี  
การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท สำหรับ  
ค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์คือ คุณภาพของฐานข้อมูล ด้านความพึงพอใจของ  
ลูกค้า คือ ความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์รักษาโรค และด้านคุณค่าตราสินค้า คือ การ  
ตระหนักต่อตราสินค้า โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์เชิง  
บวกกับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์  
เชิงบวกกับคุณค่าตราสินค้าในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 คือ ปัจจัยคุณภาพของฐานข้อมูลเป็นลำดับ  
แรก รองลงมาคือด้านการใช้เทคโนโลยีเหมาะสม และความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิง  
บวกต่อคุณค่าตราสินค้าในระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก