

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชากรใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

นางสาวกัลยรัตน์ ชั่วเจริญ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสถานภาพที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชากรในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชากรในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โรงพยาบาลเอกชนของผู้ใช้บริการในจังหวัดจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในจังหวัดจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในอำเภอต่างๆ ที่มีการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google Form วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ ไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงพบว่า มีอายุ 31-40 ปีเป็นการใช้บริการเป็นเพศหญิง 244ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทต่อมาค่าเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ มี รองลงมาด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเป็นส่วนใหม่จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชากรในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05

พบได้ว่ามีปัจจัยภายนอกสิ่งแวดล้อมภายนอกมีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05ของการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก,พฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน

ABSTRACT

Miss Kanyarat Chauyjaroen

This research aims to study the personal factors, including gender, age, occupation, average monthly income, and marital status, that influence the behavior of private hospital service usage among the population in Surat Thani Province. It also aims to investigate the marketing mix factors affecting the behavior of private hospital service usage and to explore the behavior of private hospital service users in Surat Thani. The sample consists of 400 individuals from various districts of Surat Thani who have used private hospital services. The data collection tool is an online questionnaire in the form of Google Forms. Data analysis was performed using statistical software. The statistical methods used include frequency, percentage, mean, standard deviation, and chi-square (Chi-square) tests for hypothesis testing.

The research findings reveal that most of the respondents are female, aged between 31 and 40 years, and primarily employed in corporate positions. The average monthly income of the respondents is between 20,001 and 30,000 THB. Respondents placed the highest importance on the marketing mix factors (7P), with the product category having the highest mean score, followed by physical evidence and personnel. The study also shows significant differences in behavior related to personal factors and marketing mix factors, affecting private hospital service usage with statistical significance at the 0.01 and 0.05 levels. External environmental factors also show significant statistical relevance to private hospital service usage at the 0.01 and 0.05 levels.

Keywords: Marketing mix factors, external environmental factors, private hospital service usage behavior.

บทนำ

1.1ความเป็นมาของความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความก้าวหน้าเรื่องเทคโนโลยีด้านการแพทย์และด้านสาธารณสุขมีความพัฒนาหรือแข่งขันไม่ว่าจะเป็น ด้านเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย นวัตกรรมและองค์ความรู้ด้านการแพทย์ที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเป็นผลให้การรักษาโรคมีประสิทธิภาพมากขึ้น การวินิจฉัยโรคแม่นยำมากขึ้น อีกทั้งในโลกยุคปัจจุบันมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายได้กว้างขวาง เป็นผลให้ประชากรในประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น เกิดกระแสความนิยมในการใช้บริการในการแพทย์มากขึ้น ทั้งในเชิงต่อการรักษาและป้องกัน เช่นการตรวจร่างกายประจำปี หรือการตรวจร่างกายเพื่อคัดกรอง เป็นต้น ส่งผลให้อัตราความต้องการใช้โรงพยาบาลมีมากขึ้น ประชากรบางส่วนหันมาเลือกใช้บริการ จากโรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น ซึ่งมีการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพทั่วถึง อีกทั้งใช้เวลาในการรับ บริการน้อยกว่าโรงพยาบาลรัฐ แม้ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเอกชนเมื่อเปรียบเทียบกับของบริการรัฐแล้วจะมีค่าใช้จ่ายสูงมากกว่าก็ตาม ซึ่งต่างจากอดีตที่ต้องรอให้เกิดอาการหรือโรคจึงจะได้พบแพทย์ นอกจากนั้นผู้รับบริการยังมีพฤติกรรมในการใช้บริการทางแพทย์ในด้านอื่นที่ไม่รักษาโรค เช่น การเสริมความงาม การทำทันตกรรม เป็นต้น

ธุรกิจโรงพยาบาลเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังรวมถึงเรื่องของค่ารักษาพยาบาลยังมีแนวโน้มสูงขึ้นเนื่องจากธุรกิจโรงพยาบาลเป็นธุรกิจที่มีอำนาจ การต่อรองกับผู้ป่วยสูงเพราะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนเป็นต้องมี ดังนั้น นักลงทุนจึงให้ความสนใจ และให้มูลค่าการลงทุนกับอุตสาหกรรมประเภทธุรกิจโรงพยาบาลอยู่ในระดับที่สูงตลอดเวลา

เมื่อเจาะลึกการฟื้นตัวเป็นรายภูมิภาคจะพบว่า กรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออก ซึ่งมีสัดส่วนรายได้รวมกว่า 80% ของรายได้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนรวม เป็นภูมิภาคที่ฟื้นได้ดีหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากเป็นแหล่งจ้างงานของประเทศ โดยในปี 2564 กรุงเทพฯ ปริมณฑล และภาคตะวันออก ขยายตัว 29.0% และ 24.7% จากปี 2563 ที่หดตัว 16.3% และ 9.3%

ในขณะที่ ภาคกลางและภาคใต้ มีสัดส่วนรายได้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนรวมกัน 8.5% ของรายได้รวม ซึ่งมีอัตราของการฟื้นตัวเช่นกัน โดยในปี 2564 รายได้ในภาคใต้และภาคกลางขยายตัว 35.7% และ 30.0% จากปี 2563 ที่หดตัว 7.6% และ 2.7% ด้านภาคอีสานและภาคเหนือ แม้ว่าจะเป็นภูมิภาคที่ประชากรส่วนใหญ่กว่า 80% ของประชากรในพื้นที่ใช้บริการรักษาทางการแพทย์ในโรงพยาบาลภาครัฐเป็นหลัก แต่พบว่ารายได้ของโรงพยาบาลเอกชนก็ฟื้นตัวไม่ต่างกัน โดยในปี 2564 ภาคอีสาน และภาคเหนือ ขยายตัว 26.8% และ 18.8% จากปี 2563 ที่หดตัว 12.8% และ 8.0% จะเห็นว่ารายได้ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนได้ฟื้นกลับมาในทุกภูมิภาคของประเทศจากข้อมูลในบทวิเคราะห์มูลค่าโรงพยาบาลเอกชนไทย เมื่อวิเคราะห์จะพบว่าโรงพยาบาลเอกชนไทยอัตราของการฟื้นตัว ในปี 2564 รายได้ขยายตัว 28.2% จากปี 2563 ที่หดตัว 14.3% เมื่อวิเคราะห์รายภูมิภาค จะพบว่าภาคใต้ได้มีสัดส่วนรายได้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน 50.3% ของรายได้รวม ซึ่งมีอัตราของการฟื้นตัวเช่นกัน โดยในปี 2564 รายได้ในภาคใต้ขยายตัว 35.7% จากปี 2563 ที่หดตัว 7.6% และเป็นภาคใต้ฟื้นตัวได้ดี หลังการระบาดของ COVID-19 (ที่มา: ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ttb (ttb analytic).2565

วิเคราะห์เศรษฐกิจมีบทบาทท้าทาย เริ่มเผชิญการจำกัดแนวโน้มของประชากร ที่ลดลงและที่เปลี่ยนแปลงไปจากการรักษาขยับขึ้นเป็นการป้องกัน เพื่อลดความเสี่ยงในการเข้ารับบริการ โรงพยาบาลส่งผลให้ รูปแบบธุรกิจของโรงพยาบาลเอกชนต่างไปจากเดิมมุ่งเน้นไปยังลูกค้าชาวต่างชาติ ในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มจำนวน ผู้เข้ารับบริการจากคุณภาพการรักษาที่สูงขึ้นราคาที่เข้าถึงได้รวมถึง กลุ่มประสงค์ที่มีรายได้สูงในภูมิภาคของอาเซียน เช่น กัมพูชา เมียนมาร์ ลาว ที่ไทยมีข้อได้เปรียบเรื่องคุณภาพของสาธารณสุขที่มีมาตรฐานสูง เมื่อพิจารณาประชากรไทยกำลังเข้าสู่ช่วงลดลงส่งผลให้ปริมาณอุปสงค์ในการขยายตัวการรักษาพยาบาล ที่มีทิศทางปรับตัวเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าการเพิ่มของรายได้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มรุ่นใหม่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้นลดความเสี่ยงการเกิดโรคต่างๆ ในระยะยาวนานในการรักษาโรคมะเร็ง เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น สามารถเพิ่มความถี่ในการได้รับการบริการให้เพิ่มสูงขึ้นแม้ไม่ได้เพิ่มจำนวนของผู้เข้ารับบริการก็ตาม กลุ่มผู้ใช้บริการที่คาดการณ์ไม่ได้ เช่นการบำบัดเสริมความงาม เพื่อวัตถุประสงค์ในการรักษาให้มีความถี่ในการใช้บริการต่ำและมีข้อจำกัดในการทำตลาดเพื่อสร้างรายได้เติบโตได้อย่างสม่ำเสมอทำให้เกิดรูปแบบการบริการใหม่ที่มีความสูงชันสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง สถานการณ์ปัจจุบันสร้างความได้เปรียบและความแตกต่างในด้านธุรกิจเพิ่มมากขึ้น เพื่อมีโอกาส

สร้างรายได้มากขึ้นพร้อมทั้งการยกระดับมาตรฐานการแพทย์และสาธารณสุขของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ ทัดเทียมต่างประเทศมากยิ่งขึ้น (ที่มา: ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ttb (ttb analytic).2565

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้การสนใจในการบริการเครือข่ายโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีว่ามีการเข้าใช้โรงพยาบาลแต่โรงพยาบาลแตกต่างกันอย่างไรในการใช้บริการมีด้วยกัน 3 แห่ง

1. โรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์ธานี 2. โรงพยาบาลทักษิณ 3. โรงพยาบาลเอกศรีวิชัย เป็นโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีทั้งหมด เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมด้านทางตลาด (7P) ที่มีพฤติกรรมการใช้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยคาดหวังว่า ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูล เพื่อปรับใช้ในการกำหนดกลยุทธ์หรือการวางแผน ให้มีความสอดคล้องกับผู้การเข้าใช้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่มีผลต่อการใช้พฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้ารักษาการเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 สมมุติฐาน

1. ปัจจัยด้านประชากรส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนใน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนใน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์

Kotler & Armstrong (2018) กล่าวว่าแนวคิดด้านประชากรศาสตร์(Demographic) ที่เป็น ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อจำแนกความแตกต่างของผู้บริโภค

Kotler & Keller (2009, อ้างอิงใน กนกพรณ สุขฤทธิ, 2557) ได้ให้ความหมายปัจจัยทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อสินค้าสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ซึ่งอิทธิพลส่วนบุคคลต่างๆ ที่นิยมใช้แบ่งส่วนตลาด ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และ รายได้(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ,2538,น. 41-42)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7P)

ปัจจัยส่วนประสมทางการ เป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของการตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Kotler & Keller, 2012จากปัจจัยพื้นฐานเดิมจะประกอบด้วยสี่ปัจจัย เรียกว่า 4Ps ซึ่งประกอบด้วย ช่องทางการจัด การส่งเสริม เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่ที่มีการบริการ จึงได้พิจารณาเพิ่มขึ้นอีก บุคลากร และ ทางกายภาพรวมเรียกปัจจัยทั้งเจ็ด ซึ่ง ชัยสมพล ชาวประเสริฐ(2547, น. 63) สรุปว่า ส่วนผสมทางการตลาด Marketing mix ของสินค้าและ ประกอบด้วย 7Ps

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก

PESP Analysis) หรือการ วิเคราะห์ เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจในการเข้าใจ สภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเทคโนโลยี การ ช่วยให้ธุรกิจสามารถระบุโอกาสใหม่ และวางแผนกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมาย ได้อย่าง ซึ่งประกอบด้วยดังนี้

ดังนั้นการที่องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงเป็นระยะๆเพื่อเกิดการพัฒนาใน ประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพถือว่าเป็นคุณสมบัติขององค์กรที่มีคุณภาพ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงและการ พัฒนาก่อให้เกิด มุมมองและวัฒนธรรมองค์กร จะสังเกตได้ว่าองค์กรชั้นนำหลายองค์กรทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ จะมีคุณลักษณะแบบนี้ที่ชัดเจน และมีการพัฒนามาโดยตลอด เป็น องค์กรที่ไม่หยุด นิ่ง ปรับตัวได้ดีและทันต่อสถานการณ์เป็นองค์กรที่ทันสมัยและมีผู้นำในการริเริ่มสิ่ง ใหม่ๆ คุณสมบัติ เหล่านี้เป็นสิ่งที่สร้างศักยภาพในการแข่งขันและสร้างโอกาสให้แก่องค์กรชั้นนำ (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคท การซื้อ การใช้ การ ประเมินผล การใช้สอยของผลิตภัณฑ์ และการบริการ ที่เป็นการตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภค (Schiffman; & Kanuk. 2007 : 5)หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำ ของ ผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและใช้สินค้า นักการตลาดจึง จ าเป็นต้องศึกษาและท การวิเคราะห์ พฤติกรรมของผู้บริโภคหลายประการดังกล่าว คือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดในเรื่องของการประสบความสำเร็จ ถ้ากล ยุทธ์ทางการตลาดสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) เรื่องการท า ให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจ

สิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น หมายถึง พฤติกรรมที่ ผู้บริโภคท การค้นหา (Searching) ท การซื้อ (Purchasing) ท การใช้ใช้(Using) ท การ ประเมินผล และท การ การใช้จ่าย (Disposing) ในตัวผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากรให้ทราบขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่พื้นที่รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของคน ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคล เช่น อายุเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตลาด ส่วนแบ่งทางตลาดและวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด (ปัทมทินีอุดม ธรรมกุล ,พินิจ2563)

ลัดดา พชรวิภาส (2550) ศึกษาเรื่อง บรรยายาสององค์กร ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท างาน และประสิทธิภาพในการท างาน กรณีศึกษา: พนักงานชั่วคราว บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จ ากัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการท างาน และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยพนักงานที่มีอายุมาก อาจมีประสิทธิภาพในการท างานมากกว่าพนักงานที่อายุน้อยกว่า นอกจากนี้บรรยายาสององค์กรด้านมิติความผูกพัน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท างานระดับปานกลาง ด้านความต้องการประสงความสำเร็จ ส่วนบรรยายาสององค์กรด้านมิติการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการท างานระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ในด้านความกระตือรือร้นในการท างาน และด้านความต้องการในการยอมรับ โดยพนักงานที่มีความผูกพันในองค์กรสูง อาจต้องการการเป็นที่ยอมรับในองค์กรสูงตามไปด้วย และแรงจูงใจในการท างานด้านความต้องการประสบความสำเร็จ และความต้องการเป็นที่ยอมรับ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงกับประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิง(Quantitative Research) โดยทำการวิจัยแบบสำรวจด้วยแบบสอบถาม ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น เนื่องจากวิธีการศึกษาอย่างเป็นระบบเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการติดต่อโดยตรงกับผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ตอบข้อมูล ทำให้ข้อมูลถูกในการนำมาใช้ในการวิจัย ด้วยแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของประชากรในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปรและนำมาวิเคราะห์ผล สรุปผล อภิปรายผลที่เกิดขึ้นและนำเสนอข้อเสนอแนะจากการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อไป

3.2 ประชากรของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างประชากรที่อยู่อาศัยทำงานในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่เคยใช้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่

1. โรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์ธานี 2. โรงพยาบาลทักษิณ 3. โรงพยาบาลศรีวิชัย 4. โรงพยาบาลจักษุสุราษฎร์ธานี

ประชากร ผู้ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดสุราษฎร์ จำนวนทั้งหมด

400 จำนวนที่แน่นอนทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

วิธีการเก็บข้อมูล

ใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบ Google Form ไปยังกลุ่มผู้ที่มีพฤติกรรมซื้อยาจากร้านขายยา ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีผ่านทาง Social Media Platform

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.5.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามสอบถามออนไลน์ ในรูปแบบ Google Form โดยให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเองในแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ในการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยรายละเอียดในแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบคำถามคัดกรองเกี่ยวกับ การคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องพฤติกรรมการใช้โรงพยาบาลเอกชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นผู้อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 2 ส่วนประชากรศาสตร์ มี 5 ข้อแบบสอบถามในเรื่องพฤติกรรมการใช้โรงพยาบาลเอกชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นผู้อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด มีลักษณะเป็นแบบมาตรฐานส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตั้งแต่ สำคัญอย่างยิ่ง รวม 23 ข้อ แบบมาตรฐาน ประเมินค่า ตั้งแต่ เห็นด้วยอย่างยิ่งเห็นด้วยไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งรวม

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีลักษณะลักษณะแบบมาตรฐานส่วนประเมิน เห็นด้วยอย่างยิ่งเห็นด้วยไม่แน่ใจไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งรวม 11 หัวข้อ และคำถามเกี่ยวกับโรงพยาบาลเอกชนในสุราษฎร์ธานีที่เคยมีการตัดสินใจโดยใช้ คำถามแบบเลือกตอบจากหลายตัวเลือก (Multiple-choice) จำนวนหนึ่งข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scale) แต่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 6 ข้อคำถามกับช่วงเวลาของผู้ตอบแบบสอบถามเข้ารับบริการ โรงพยาบาลเอกชนจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งคำถามของแบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วน 4 เป็นมาตรามาตราวัดและให้คะแนนแบบ (Rating Scale) 5 ระดับ

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1. หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. หมายถึง ไม่เห็นด้วย
3. ไม่แน่ใจ
4. หมายถึง เห็นด้วย
5. หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 สอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาในช่วงอายุ 20 – 30 ปี 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และมีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พนักงานบริษัทจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาข้าราชการ/รัฐสาหกิจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 30,001-40,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพ โสด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา สมรส จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.0

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3525 , S.D. = 0.47601) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ การติดตามการรักษา อย่างต่อเนื่องและมีความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.2450, S.D. = 0.66790) ความเชี่ยวชาญทางการรักษาเฉพาะที่หลากหลาย ($\bar{X}$ = 4.6525, S.D. = 0.61863) และการมีผลลัพธ์ ทางการรักษาที่ดี (รักษาหายเร็วและปลอดภัย) ($\bar{X}$ = 4.1600, S.D. = 0.66790) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3712 , S.D. = 0.57106) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม ($\bar{X}$ 4.5525, S.D. = 0.75077) มีความเหมาะสมกับการใช้สิทธิ์ร่วมหรือส่วนลดค่ารักษาพยาบาลในการเข้ารับการรักษา ($\bar{X}$ = 4.1900, S.D. = 0.64025) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3275 , S.D. = 0.55368) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการจำหน่ายโปรแกรม/แฟ้มเอกสารรักษาทาง Website, Social media ($\bar{X}$ = 4.5700, S.D. = 0.73584) และการบริการดูแลต่อเนื่องหลังการรักษา (Telehealth) ($\bar{X}$ = 4.2275, S.D. = 0.68697) และอยู่ในระดับมาก คือ การให้บริการระบบทางการแพทย์ทางไกล (Telehealth) ทาง ($\bar{X}$

= 4.2275, S.D. = 0.68697) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3763, S.D. = 0.47625) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการให้ความรู้มีโปรแกรม/แพ็คเกจ การรักษาราคาพิเศษ ($\bar{X}$ = 4.6475, S.D. = 0.64753) และอยู่ในระดับมาก คือ มีการมีส่วนลดและบัตรกำนัล Gift Voucher ($\bar{X}$ 4.2400, S.D. 0.63908) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.4262, S.D. = 0.50206) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ บุคลิกภาพและ การให้คำแนะนำของแพทย์ ($\bar{X}$ = 4.6450, S.D. = 0.63639) และมากบุคลิกภาพ การให้บริการและการแนะนำ ของบุคลากร สันนิษฐานอื่นๆ ($\bar{X}$ = 4.2075, S.D. = 0.59610) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3891, S.D. = 0.3891) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ ($\bar{X}$ = 4.6125, S.D. = 0.64683) มีกระบวนการซับซ้อนเข้าใจง่าย ($\bar{X}$ = 4.3910, S.D. = 0.63997) อยู่ในระดับมาก คือ ได้รับการบริการตามเวลานัดหมาย ($\bar{X}$ = 4.2725, S.D. = 0.63581) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3681, S.D. = 0.49110) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ ($\bar{X}$ = 4.6550, S.D. = 0.67980) มีความสะอาด

3.ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลทักษิณจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา โรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์ธานีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และรองลงมา โรงพยาบาลศรีวิชัยจำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 9.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลทักษิณจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาโรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์ธานีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และรองลงมา โรงพยาบาลศรีวิชัยจำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 9.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตรวจสอบสุขภาพประจำปีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาการฉีดวัคซีนจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และรองลงมา ตรวจมะเร็งปากมดลูกจำนวน 18 คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 2,001 – 4,000 บาทจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาไม่เกิน 2,000 บาทจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และรองลงมา 4,001 – 6,000 บาท มดลูกจำนวน 36 คิดเป็นร้อยละ 9.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตัวเองบาทจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาญาติพี่น้องจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และรองลงมาการรีวิวจาก Social Media จำนวน 68 คิดเป็นร้อยละ 17.0

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ
โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรมการใช้บริการ				
	ท่านเคยใช้บริการ โรงพยาบาล เอกชนใดใน จังหวัดสุราษฎร์ ธานี (ตอบได้ 1 ข้อ)	โปรดระบุ ความถี่ที่ท่าน เข้ารับบริการ โรงพยาบาล เอกชนใน จังหวัดสุราษฎร์ ธานี	โดยส่วนมาก ท่านใช้บริการ ใดใน โรงพยาบาล เอกชนมาก ที่สุด	ค่าใช้จ่ายต่อ ครั้งปริมาณ เท่าใดในผู้ป่วย นอก	ท่านตัดสินใจ ใช้บริการ โรงพยาบาล เอกชนโดย คำแนะนำของ ใคร
เพศ	✓ _*	✓ _*	X	X	X
อายุ	✓ _*	✓	✓	✓	✓
อาชีพ	X	✓ _*	✓ _*	X	✓
รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	X	X	✓	✓	X
สถานภาพ	X	X	X	X	✓ _*

**p < 0.01 , *p < 0.05

จากตารางที่ 5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน จากผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปผลได้ดังนี้

- เพศ มีผลต่อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด พฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมากที่สุด ลักษณะใดในความคิดของท่านที่ท่านจะใช้บริการตรงตามความต้องการมากที่สุด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพฤติกรรมของการใช้ซื้ออื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

- อายุ มีผลต่อ ช่วงเวลาใดที่ท่านบริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ในการใช้บริการ ท่านต้องการใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาในช่วงอายุ 20 – 30 ปี 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และมีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พนักงานบริษัทจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาข้าราชการ/รัฐสาหกิจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 30,001-40,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพ โสด จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา สมรส จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.0

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	พฤติกรรมการใช้บริการ				
	ท่านเคยใช้ บริการ โรงพยาบาล เอกชนใดใน จังหวัดสุราษฎร์ ธานี (ตอบได้1 ข้อ)	โปรดระบุ ความถี่ที่ท่าน เข้ารับบริการ โรงพยาบาล เอกชนใน จังหวัดสุราษฎร์ ธานี	โดยส่วนมาก ท่านใช้บริการ ใดใน โรงพยาบาล เอกชนมาก ที่สุด	ค่าใช้จ่ายต่อ ครั้งปริมาณ เท่าใดในผู้ป่วย นอก	ท่านตัดสินใจ ใช้บริการ โรงพยาบาล เอกชนโดย คำแนะนำของ ใคร
ด้านผลิตภัณฑ์	X	X	X	X	X
ด้านราคา	X	X	✓	X	X
ด้านสถานที่	X	X	X	X	X
ด้านการส่งเสริม การตลาด	X	X	X	X	X
ด้านบุคลากร	X	X	X	X	X
ด้านกระบวนการ	X	X	X	X	X
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	X	X	X	X	X

**p < 0.01 , *p < 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3525 , S.D. = 0.47601) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ การติดตามการรักษา อย่างต่อเนื่องและมีความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.2450, S.D. = 0.66790) ความเชี่ยวชาญทางการรักษาเฉพาะที่ที่หลากหลาย($\bar{X}$ = 4.6525, S.D. = 0.61863) และการมีผลลัพธ์ ทางการรักษาที่ดี(รักษาหายเร็วและปลอดภัย) ($\bar{X}$ = 4.1600, S.D. = 0.66790)ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3712 , S.D. = 0.57106) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า

อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ค่ารักษาพยาบาลมีความเหมาะสม($\bar{X}$ 4.5525, S.D. = 0.75077) มีความเหมาะสมกับการใช้สิทธิ์ร่วมหรือส่วนลดค่ารักษาพยาบาลในการเข้ารับการรักษา($\bar{X}$ = 4.1900, S.D. = 0.64025)ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ช่องทางการจำหน่าย

อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3275 , S.D. = 0.55368) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการจำหน่ายโปรแกรม/แพ็คเกจการรักษาทางWebsite, Social media ($\bar{X}$ = 4.5700, S.D. = 0.

73584) และการบริการดูแลต่อเนื่องหลังการรักษา(Telehealth) ($\bar{X}$ = 4.2275, S.D. = 0. 68697) และอยู่ในระดับมาก คือ การให้บริการระบบทางการแพทย์ทางไกล(Telehealth)ทาง ($\bar{X}$ = 4.2275, S.D. = 0.

68697) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3763 , S.D. = 0.47625) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการให้ความรู้มีโปรแกรม/แพ็คเกจ การรักษาราคาพิเศษ($\bar{X}$ = 4.6475, S.D. = 0.

64753) และอยู่ในระดับมาก คือ มีการมีส่วนลดและบัตรกำนัลGift Voucher ($\bar{X}$ 4.2400, S.D. 0.63908)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.4262, S.D. = 0.50206) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ บุคลิกภาพและ การให้คำแนะนำของแพทย์ ($\bar{X}$ = 4.6450, S.D. = 0. 63639) และมากบุคลิกภาพ การให้บริการและการแนะนำ ของบุคลากรสนับสนุนอื่นๆ($\bar{X}$ = 4.2075, S.D. = 0. 59610)ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3891 , S.D. = 0.3891) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้ารับบริการ ($\bar{X}$ = 4.6125, S.D. = 0.64683) มีมีกระบวนการซับซ้อนเข้าใจง่าย($\bar{X}$ = 4.3910, S.D. = 0.63997) อยู่ในระดับมาก คือ ได้รับการบริการตามเวลานัดหมาย($\bar{X}$ = 4.2725, S.D. = 0.63581)ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.3681, S.D. = 0.49110) โดยพิจารณาแต่ละข้อ พบว่า

อยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ($\bar{X}$ = 4.6550, S.D. = 0.67980) มีความสะดวกเรียบร้อย เป็นระเบียบ ($\bar{X}$ 4.3025, S.D. = 0.66491) พบว่า อยู่ในระดับ และอยู่ในระดับมาก คือ มีป้ายที่แสดงขั้นตอนต่างๆสังเกตได้ง่าย($\bar{X}$ = 4.2525, S.D. = 0.66698)

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมพฤติกรรการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก	พฤติกรรมการใช้บริการ				
	ท่านเคยใช้บริการ โรงพยาบาล เอกชนใดใน จังหวัดสุราษฎร์ ธานี (ตอบได้ 1 ข้อ)	โปรดระบุ ความถี่ที่ท่าน เข้ารับบริการ โรงพยาบาล เอกชนใน จังหวัดสุราษฎร์ ธานี	โดยส่วนมาก ท่านใช้บริการ ใดใน โรงพยาบาล เอกชนมาก ที่สุด	ค่าใช้จ่ายต่อ ครั้งปริมาณ เท่าใดในผู้ป่วย นอก	ท่านตัดสินใจ ใช้บริการ โรงพยาบาล เอกชนโดย คำแนะนำของ ใคร
การเมือง	✓	X	X	X	X
เศรษฐกิจ	✓	X	X	X	✓
สังคม	X	X	X	X	X
เทคโนโลยี	X	X	X	X	X

**p < 0.01 , *p < 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลทักษิณจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา โรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์ธานีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และรองลงมา โรงพยาบาลศรีวิชัย จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 9.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลทักษิณจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาโรงพยาบาลกรุงเทพสุราษฎร์ธานีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และรองลงมา โรงพยาบาลศรีวิชัยจำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 9.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตรวจสอบสุขภาพประจำปีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาการฉีดวัคซีนจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และรองลงมา ตรวจมะเร็งปากมดลูกจำนวน 18 คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 2,001 – 4,000 บาทจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาไม่เกิน 2,000 บาทจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และรองลงมา 4,001 – 6,000 บาท มดลูกจำนวน 36 คิดเป็นร้อยละ 9.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตัวเองบาทจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาญาติพี่น้องจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และรองลงมาการรีวิวจาก Social Media จำนวน 68 คิดเป็นร้อยละ 17.0

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. โรงพยาบาลเอกชน รวมไปถึงโรงพยาบาลรัฐควรพิจารณาปัจจัยด้านราคาของการใช้บริการ เพื่อสร้างกลยุทธ์ จากปัจจัยด้านราคาของการใช้บริการเป็นหลัก เช่น กลยุทธ์การลดราคา หรือ ดังกล่าว ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของ ตนเอง เพื่อสร้างประสิทธิภาพ และเสริมการตัดสินใจใช้บริการของ กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

2. โรงพยาบาลเอกชน รวมไปถึงโรงพยาบาลรัฐควรพิจารณาปัจจัยด้านราคาของการใช้บริการ และบริหารต้นทุน การสนับสนุนการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ อาชีพ ให้มีสัดส่วนที่เหมาะสม กล่าวคือสัดส่วนที่ต่ำกว่าปัจจัยด้านราคาของการใช้บริการ 3. จากผล การศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ความคิดเห็นเชิงบวกมากที่สุด ในด้านส่วนประสมทาง การตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนใน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ โรงพยาบาลมีแพทย์ เฉพาะทางที่ครอบคลุมโรคที่หลากหลาย และบุคลากรของ โรงพยาบาลมีความสามารถเชิงวิชาชีพ การรักษาอาการที่ดี ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ ความสำคัญในการพัฒนา ด้านการแพทย์ที่เฉพาะทางและหลากหลายเพื่อตอบสนองความ ต้องการของผู้รับบริการให้มากที่สุด ตลอดจนปัจจัยด้านอื่นๆ ในส่วนประสมการตลาดที่โดยรวมแล้วอยู่ในระดับที่มาก แสดง ให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองความต้องการ ของ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และตรงจุดที่สุด ผู้ประกอบการควรศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาด อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สามารถมาใช้ปรับกลยุทธ์ให้ทันสมัยและพร้อมรับการ แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. เปลี่ยนตัวแปรใหม่อื่นๆ ที่มีผลต่อผู้บริโภค เช่นการรับรู้
2. ควรมีการเจาะลึกแบบการสัมภาษณ์ตัวต่อตัวเพิ่มมากขึ้น
3. ศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมเช่น ศึกษาความพึงพอใจผู้บริโภค เพื่อทราบปัญหาและความ ต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความแม่นยำ เจาะจง และมีความหลากหลายมากขึ้น
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรเป็นศึกษาวิจัยเป็นวงกว้างมากขึ้น เช่น ในจังหวัดอื่นๆ หรือทั่วประเทศ

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538) พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ

ส่วนประสมตลาดบริการซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ สภาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (พ.ศ.2561-2566) – เลขานุการสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550: 35). ตาราง 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6WS และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม. ผู้บริโภค (7OS). คำถาม (6WS และ 1H).