

ชื่อวิทยานิพนธ์	ความต้องการบริการสุขภาพตามหลักการตลาดของวัยรุ่นจังหวัดพัทลุง
ผู้เขียน	นางสาวศันสนีย์ บุญส่ง
สาขาวิชา	การวิจัยและพัฒนาระบบสาธารณสุข
ปีการศึกษา	2548

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาความต้องการบริการสุขภาพตามหลักการตลาดของวัยรุ่นอายุ 15 – 19 ปี จังหวัดพัทลุง โดยใช้แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด (4 P's) ได้แก่ ความต้องการด้านบริการ ด้านสถานที่ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านราคาค่าบริการ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการหาความตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ของครอนบาค แอลฟา เท่ากับ 0.85 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ความต้องการบริการสุขภาพของวัยรุ่น 4 ด้าน คือ 1) ความต้องการด้านลักษณะบริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งในและนอกเขตเทศบาลต้องการบริการที่สะดวก รวดเร็วและมีมาตรฐาน ต้องการผู้ให้บริการที่เข้าใจและพร้อมให้บริการ บริการที่ต้องการ ได้แก่ บริการด้านผิวพรรณ บริการแนะนำการออกกำลังกายคำแนะนำเกี่ยวกับบุคลิกภาพและการวางตัว และต้องการรับบริการจากแพทย์ พยาบาล ด้านการรักษาต้องการตรวจรักษาโรคจากแพทย์และพยาบาล บริการด้านทันตนาการ ต้องการการสอนดนตรีจากศิลปิน/คารา และบริการด้านการให้คำปรึกษาต้องการคำปรึกษาปัญหาครอบครัว จากนักจิตวิทยา 2) ความต้องการด้านสถานที่ในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ตั้งสถานบริการในโรงเรียน และใช้ระยะเวลาในการเดินทางไปยังสถานบริการ 11 - 20 นาที เปิดให้บริการทั้งในและนอกเวลา มีห้องตรวจห้องให้คำปรึกษาแยกเป็นสัดส่วน 3) ความต้องการด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ต้องการให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ และ 4) ความต้องการด้านราคาค่าบริการ จากบริการทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรับบริการฟรี ในบริการต่อไปนี้ ด้านผิวพรรณ ต้องการบริการแนะนำบุคลิกภาพ ด้านการรักษาต้องการบริการ

คุมกำเนิดและวางแผนครอบครัว ด้านบริการทันตนาการต้องการบริการสอน/แนะนำการเล่นดนตรี และบริการให้คำปรึกษาต้องการบริการแนะแนวการศึกษาและปรึกษาปัญหาครอบครัว

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้บริหารในการจัดบริการ สุขภาพของวัยรุ่นตามหลักการตลาด โดยยึดหลักความต้องการของวัยรุ่นเป็นพื้นฐาน ในการ จัดบริการทั้งความต้องการด้านลักษณะบริการ ความต้องการด้านสถานที่ ความต้องการด้านการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ และความต้องการด้านราคาค่าบริการ

Thesis Title	Health Service Demands of Adolescents in Phattalung Province according to the Marketing Concept
Author	Miss Sansanee Boonsong
Major Program	Health System Research and Development
Academic Year	2005

Abstract

The objective of this survey research was to survey the health service demands of adolescents 15 – 19 years old in Phattalung province according to the 4 items of the marketing mix concept: product/service, place, promotion and price (4P's). The subjects were 400 adolescents selected by multistage cluster random sampling method. The instruments was a questionnaire tested for validity by five experts and for reliability by Cronbach's alpha coefficient, giving a value of 0.85. Descriptive statistics, frequency and percentage were used to analyze general data and demands on the health service.

The health service demands of adolescents according to the 4 P's were as follows:

1) Product/service. The subjects demanded a convenient and quick service of acceptable standard, with providers who were willing to do their job and provide the following types of service: beauty care - the subjects wanted personality suggestions from doctors and nurses; curing - the subjects wanted treatment from doctors and nurses; entertainment service - the subjects wanted teaching about how to play musical instruments from the musician; counseling - the subjects wanted family counseling from the psychologist. 2) Place. The subjects wanted health service provision to take place in the school, take only 11 – 20 minutes to access, working hours to be in and out of normal working hours, and a separate diagnostic room and counseling room. 3) Promotion. The subjects wanted public relation announcements from television and radio. 4) Price. The services which the subjects most wanted to be free in each the 4 types of service were: for beauty care, personality suggestions; for curing, family planning; for entertainment, musical instrument tuition; and for

counseling, educational and family counseling.

The results may as serve as necessary information for health care providers to prioritize and improve health service for adolescents as well as guide the strategy to enhance the public's participation in their health care.