



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์เพื่อรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลัง
 ส่วนล่างในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีนชีวาโอสถศิลป์ จังหวัดนันทบุรี
 Factor Affecting Decision to Get Medical Services for low back pain treatments in
 Chewaosotsin Thai-Chinese Medical Clinic, Nontaburi province

ศรัณย์ พงศ์ภาณุมาพร¹

ศ.นพ. ยงยุทธ วัชรดุลย์ ราชบัณฑิต²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²ศาสตราจารย์สาขาวิชาการแพทย์แผนไทยประยุกต์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email:morsarunsp@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ โปรโมชัน และกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่สหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีนชีวาโอสถศิลป์ จังหวัดนันทบุรี ด้วยวิธีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพโดยใช้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 20 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 ปี-74 ปี ระดับการศึกษาประถมศึกษา-ปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,000- 50,000 บาท สถานภาพการสมรส พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ต่างกันทั้งด้าน เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และสถานภาพการสมรส ไม่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่สหคลินิก ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่สหคลินิก พบว่า 1) การตัดสินใจเข้ารับบริการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับความสำเร็จในเรื่องการรักษาซึ่งประกอบด้วยกระบวนการนวดรักษา การฝังเข็ม การใช้ยาสมุนไพร และคำแนะนำด้านท่ากายบริหารที่มีประสิทธิภาพในการรักษาด้วยราคาที่เหมาะสม ลูกค้าพอใจสำหรับสถานที่ที่หาได้ง่าย การเดินทางสะดวก และมีที่จอดรถ นอกจากนี้แนะนำควรมีแผนพับนำเสนอสินค้าและบริการทั้งหมดของคลินิกเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของคลินิก 2) ด้านกระบวนการ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะอาด ถูกสุขอนามัย เป็นสิ่งสำคัญสำหรับลูกค้ากลับมาใช้บริการที่คลินิก 3) การจัดการทางกายภาพเรื่องการแบ่งโซนห้องบริการนวดรักษา รวมถึงการจัดโซนการจำหน่าย แจกสินค้าตัวอย่าง แผนพับหรือให้บริการอื่น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนธุรกิจทางการแพทย์สำหรับเปิดคลินิก



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจของลูกค้า, สหคลินิกไทย-จีน

Abstract

The objective of this research is to study marketing mix factors - product, price, place, promotion, and process – affecting on the decision of customer to get medical services for low back pain treatments in Chewaosotsin Thai-Chinese Medical Clinic, Nontaburi province. Using qualitative research through in-depth interviews, the data were collected directly from the low back pain patients from the clinic and analyzed using descriptive content analysis method. Demography, including gender, educational level, occupation, and monthly income, were also considered. 20 samples aged from 31 to 74, got primary school to bachelor's degree, received average monthly income 7,000-50,000 baht, and varied marital status had no effect on the decision of getting medical services for low back pain treatments in Chewaosotsin Thai-Chinese Medical Clinic. The research findings on marketing mix factors on the decision of customer to get medical services for low back pain treatments in Chewaosotsin Thai-Chinese Medical Clinic were as follows: 1) Decision of customers correlated to marketing mix factors including product, price, place, and promotion particularly an achievement from treatments including massage therapy, acupuncture, herbal medicine as well as recommended exercises at a reasonable price. Convenient transportation, easy to find, with parking are also satisfied for customers. Moreover, brochures presenting all sample products and services of clinic were required. 2) Hygienic facility is the crucial for returning to the clinic. 3) Zoning for Massage treatment room, distribution products, sample products distribution and other services for health products are recommended for investing in a medical business.

Keywords: Marketing mix factors, customer decision, Thai-Chinese medical clinic

บทนำ

อาการปวดกล้ามเนื้อนั้นนับว่าเป็นอาการของโรคที่มักพบได้บ่อยในกลุ่มประชากรโดยเฉพาะในวัยทำงาน และวัยชรา และมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี สาเหตุของการเกิดอาการปวดกล้ามเนื้อมีได้หลายสาเหตุ เช่น การใช้กล้ามเนื้อไม่ถูกวิธี การทำงานที่มีอิริยาบถซ้ำๆต่อเนื่องเป็นระยะเวลาหลายๆ ทำให้เกิดอาการเกร็งของกล้ามเนื้อ เช่นกล้ามเนื้อบริเวณ คอ บ่า ไหล่ กล้ามเนื้อส่วนหลังและส่วนขา การใช้กล้ามเนื้อหรือออกกำลังกายมากเกินไปทำให้เกิดการบาดเจ็บของกล้ามเนื้อ การเคลื่อนไหวในท่าที่ทำให้กล้ามเนื้อยึดตัวหรือหดตัวผิดปกติ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

นอกจากนี้ภาวะวิตกกังวลในเรื่องต่างๆ หรือ ภาวะเครียดส่งผลต่ออาการปวดกล้ามเนื้อได้เช่นกัน เมื่อมีอาการเหล่านี้แล้ว จะก่อให้เกิดความเจ็บปวด ทุกข์ทรมาน ทั้งทางร่างกายและจิตใจ ส่งผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน มากหรือน้อยตามอาการที่เป็น หลายคนต้องหยุดงาน บางคนมีประสิทธิภาพในการทำงานลดลง การรักษา กลุ่มอาการปวดกล้ามเนื้อเหล่านี้ ส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีการรักษาทางการแพทย์แผนปัจจุบัน โดยการรับยา บรรเทาปวด ยาคลายกล้ามเนื้อ หรือยาลดการอักเสบกล้ามเนื้อ ซึ่งในการรับประทานยาเพื่อรักษาอาการปวด นั้น ผู้บริโภคอาจมีอาการข้างเคียง เช่น ระคายเคืองกระเพาะ ทำให้ง่วงนอน เป็นต้น รวมทั้งต้องได้รับยาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งยาบางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อในราคาสูง ทำให้ประเทศชาติต้องใช้ งบประมาณจำนวนมากในการจัดซื้อยาแก้ปวดจากต่างประเทศ จากการรายงานของบริษัท Pharm Connection Co., Ltd. แสดงให้เห็นว่าในปี 2557 มูลค่าการใช้ยาแก้ปวดในประเทศสูงถึง 4,500 ล้านบาท แบ่งเป็นประเภทยารับประทานประมาณ 2,800 ล้านบาท และยาที่ใช้ทาประมาณ 1,700 ล้านบาท (<https://pharmconnection.wordpress.com>) จากกระแสความสนใจในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคในปัจจุบันซึ่งมุ่งเน้นด้านการดูแลและรักษาโรคด้วยศาสตร์การแพทย์ตะวันออกโดยเฉพาะอย่างยิ่ง มีการนำวิธีการรักษาด้วยการนวดไทยและนวดจีน (ทุยหน่า) ซึ่งเป็นศาสตร์การแพทย์แผนไทยและการ แพทย์แผนจีน มาใช้ในการรักษาโรคกลุ่มอาการปวดกล้ามเนื้อกันอย่างกว้างขวาง

ปัจจุบันมีผู้สำเร็จการศึกษาด้านการแพทย์ตะวันออกหรือการแพทย์ทางเลือก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแพทย์แผนไทย การแพทย์แผนไทยประยุกต์ และการแพทย์แผนจีนจำนวนมาก จึงทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทางการแพทย์โดยเฉพาะการเปิดคลินิกเพิ่มมากขึ้น เกิดการแข่งขันสูงขึ้น ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วย ความยาก แต่หากการเปิดธุรกิจโดยไม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพดีเพียงพอ จะทำให้ผู้ประกอบการ ต้องปิดตัวเองยกเลิกกิจการไป จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาปัจจัยพื้นฐานทางการตลาดที่จะส่งเสริมให้ การประกอบธุรกิจทางการแพทย์โดยเฉพาะในรูปแบบสหคลินิกเป็นที่ยอมรับตามหลักสากล โดยได้นำแนวคิด เรื่องส่วนประสมทางการตลาดเพื่อมุ่งเน้นในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภค (Armstrong & Kotler, 2015) ซึ่งประกอบด้วย (1) คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service) ที่มีคุณลักษณะที่ดี มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (2) ราคา (Price) ราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการต้องเหมาะสม (3) สถานที่/การจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจัดจำหน่ายต้อง พิจารณาถึงความสะดวกสบาย ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ สะดวกทั้งเวลาและสถานที่ (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการกระทำตามในสิ่งที่เราคาดหวัง เช่น การรู้จักและตระหนักถึง ผลิตภัณฑ์ ต้องการและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการมากขึ้นโดยอาศัยเครื่องมือ เช่น การโฆษณา การ ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ผลการศึกษานี้จะนำไปสู่ประโยชน์ต่อบุคลากรทางการแพทย์แผนไทย แพทย์แผนไทย ประยุกต์และแพทย์แผนจีน ที่ประสงค์จะประกอบกิจการคลินิก ทั้งในด้านการงาน อาชีพ เศรษฐกิจและสังคม สืบต่อไป



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการทางการแพทย์เพื่อรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างใน สหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์เพื่อรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างใน สหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือผู้มารับบริการรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 20-70 ปี โดยเป็นผู้มารับบริการด้วยการแพทย์แผนไทยจำนวน 20 คน
2. ขอบเขตด้านตัวแปร หลักการด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ Product (สินค้า), Price (ราคา), Place (สถานที่ตั้ง) Promotion (การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย) และกระบวนการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์
3. ขอบเขตด้านเวลา คือระยะเวลาในการทำวิจัยเริ่มเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม 2564

วิธีดำเนินงานวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย:
 การดำเนินงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์เพื่อรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์ ซึ่งตั้งอยู่ที่ 114/8-9 ถนนรัตนธานีเบสท์ ซอยท่าอิฐ ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้ารับบริการใน สหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์ เป็นงานวิจัยคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มตัวอย่างผู้มารับบริการในลักษณะแบบสอบถามแบบเปิด (Open -question)
2. ขั้นตอนการวิจัย: การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.1 ผู้ที่ใช้บริการในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์
 - 2.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ให้บริการ มากกว่า 3 ครั้ง ในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสดีลป์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล:

ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์ผู้ที่ใช้บริการ มากกว่า 3 ครั้ง ในสหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโฮสพิทาล และสอบถามข้อมูลเชิงลึก โดยใช้วิธีการจดบันทึก รวบรวมข้อมูลทั้งหมด โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end questions)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัยและสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่ร่างได้ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบและให้คำแนะนำ ในการแก้ไขปรับปรุงเพื่ออ่านและเข้าใจง่ายและชัดเจน

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วมาทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาความถูกต้องตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

5. ปรับปรุงรูปแบบสัมภาษณ์อีกครั้ง แล้วนำมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่ประสิทธิภาพ

6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะของแบบสัมภาษณ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 3 ครั้ง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยใช้คำถามปลายเปิด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการที่สหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโฮสพิทาล

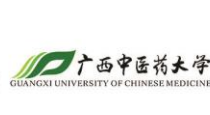
ส่วนที่ 2 แนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการที่สหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโฮสพิทาล

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล: การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจัดเนื้อหาเป็นแกนหรือหลักของเรื่องที่จะศึกษาและจับประเด็นย่อยออกเป็นหมวดหมู่ให้สอดคล้องกับกรอบแนวความคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดนำเสนอเชิงบูรณาการ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

ผลการวิจัย

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ผลิตภัณฑ์ (Product)	มุ่งเน้นในด้านการรักษาที่เห็นผลเป็นหลัก ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่สุดถือว่าเป็นหัวใจของสหคลินิกแห่งนี้ไม่ว่าจะใช้ศาสตร์การแพทย์แผนไทยเช่น การนวดไทย การใช้ยาสมุนไพรไทยหรือศาสตร์การแพทย์แผนจีนเช่น การฝังเข็ม การนวดจีน(ทุยหนา) การจัดโครงสร้างกระดูก ยาสมุนไพรจีน
ราคา (Price)	ราคาเป็นเรื่องรองโดยผู้มารับบริการจะเน้นผลการรักษาที่ดี หายจากอาการเจ็บป่วยเป็นหลัก โดยจะเน้นพิจารณาราคาระดับปานกลาง คือไม่ถูกและไม่แพงจนเกินไปโดยเฉลี่ยประมาณ 400-500 บาทต่อครั้ง (นวดไทย นวดจีน ฝังเข็ม จัดโครงสร้างกระดูก) ส่วนค้ายาสมุนไพรนั้นจะพิจารณาตามโรคที่เป็น
สถานที่ (Place)	ให้ความสำคัญกับ ที่ตั้งของสำนักงานที่หาง่าย เดินทางสะดวก ที่จอดรถหน้าคลินิกไม่ต้องเดินเข้ามาไกล
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	ในด้านการรักษาส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้ส่งเสริมหรือจัดรายการอะไร เน้นผลการรักษาให้หายจากอาการป่วยเป็นหัวใจหลัก ให้เสริมด้วยการประชาสัมพันธ์เรื่องการรักษาโรคอะไร ด้วยวิธีอะไร ช่องทางออนไลน์เพื่อเข้าถึงเบื้องต้นได้ง่ายเช่น เฟซบุ๊ก เมื่อเกิดการรักษาที่ดีแล้วจะทำการบอกต่อให้คนรู้จัก ญาติ มิตรสหาย
กระบวนการ (Process)	สถานที่ต้องสะอาดทั้งภายในและภายนอกอาคาร มีทางขึ้นลงสำหรับรถเข็น เครื่องมือเครื่องใช้ต้องทำความสะอาด มีความปลอดภัย ห้องรักษาต้องถูกสุขลักษณะ ห้องน้ำแยกสัดส่วนมีห้องน้ำสำหรับผู้ที่ใช้รถเข็นเป็นพื้นฐาน เพราะเป็นประเภทสถานพยาบาลจึงต้องมีมาตรฐานที่ถูกสุขลักษณะเป็นเรื่องที่ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญ

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

ปัจจุบันมีผู้ให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพโดยมุ่งเน้นด้านการดูแลและรักษาโรคด้วยศาสตร์การแพทย์ตะวันออกทั้งการนวดไทยและนวดจีน (ทุยหนา) ซึ่งเป็นศาสตร์การแพทย์แผนไทยและการ แพทย์แผนจีน จำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการด้านการแพทย์ทางเลือกหรือการแพทย์ตะวันออกมีจำนวนเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ประเภทนี้จึงมีความน่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการรักษาโรคกลุ่มอาการปวดกล้ามเนื้อที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นตามสภาพแวดล้อมและการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน การศึกษานี้ได้นำกรณีศึกษาจากผู้เข้ารับบริการเพื่อรักษาอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างที่สหคลินิกการแพทย์แผนไทย-จีน ชีวาโอสถศิลป์ ซึ่งมีความหลากหลายทางประชากรศาสตร์ทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ผลการศึกษาพบว่าปัจจัย



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

ด้านประชากรศาสตร์เหล่านี้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการที่สหคลินิก ทั้งนี้เนื่องจากผู้เข้ารับบริการมีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือต้องการหายจากอาการปวดกล้ามเนื้อหลัง อย่างไรก็ตามผลดังกล่าวแสดงให้เห็นอาการปวดกล้ามเนื้อหลังส่วนล่างเกิดได้ในประชากรทั่วไปไม่ขึ้นกับปัจจัยต่างๆดังกล่าว แต่มักขึ้นกับพฤติกรรมของแต่ละคนในการใช้กล้ามเนื้อไม่ถูกต้องหรือใช้กล้ามเนื้อในการทำงานเป็นระยะเวลาานาน ดังผลการศึกษาของเบญญาภา ศรีปัญญา และ บรรณสิทธิ์ สิทธิบรรณกุล (2563) ซึ่งศึกษาการออกกำลังกายด้วยยางยืดเพื่อลดอาการปวดหลังส่วนล่าง อันเป็นผลจากการทำงานอาชีพทอผ้าฝ้ายอมคราม รวมทั้งอาการปวดหลังส่วนหลังที่ไม่ทราบสาเหตุ หรืออาการปวดหลังไม่เฉพาะเจาะจง เป็นอาการที่อาจเกิดจากท่าทางไม่ถูกต้อง วิดกกังวล กล้ามเนื้อล้าจากการทำงาน เล่นกีฬา หรือจากแรงกล เช่น กระดุกสันหลังเสื่อม รวมทั้งการบาดเจ็บของกล้ามเนื้อและเอ็นของกระดูกสันหลัง โดยไม่มีกระดูกหักหรือเคลื่อน และไม่มีอาการทางระบบประสาทเกิดขึ้น (อมรรัตน์ แสงใสแก้ว และคณะ, 2562)

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตามหลักผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และกระบวนการกับแนวโน้มการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่สหคลินิกพบว่า ผู้เข้ารับบริการให้ความสำคัญกับขั้นตอนการรักษาอาการปวดหลัง ทั้งการนวดรักษา การฝังเข็ม การใช้ยาสมุนไพร และคำแนะนำด้านท่ากายบริหาร โดยมุ่งหวังให้อาการดีขึ้น และหาย ได้ผลการรักษาอย่างชัดเจน ในขณะที่เรื่องของราคา ผู้เข้ารับบริการไม่ได้เน้นมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้เข้ารับบริการส่วนใหญ่เคยได้รับการจากสถานพยาบาลที่อื่น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงมากแต่ไม่ได้รับผลการรักษาอย่างชัดเจน ดังนั้นความเชื่อมั่นต่อความสามารถของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์สำหรับปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก หาง่าย และมีที่จอดรถ รวมทั้งการส่งเสริมการขาย โดยทำการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายในสื่อต่างๆ เช่น ทางเฟซบุ๊ก และทางออนไลน์ต่างๆ ดังเช่นการศึกษาของสิริทรัพย์ พันธุ์ช่างทอง (2555) ดวงทรัพย์ สืบสงัด (2557) และศรีศา บุญประเสริฐ (2559) ซึ่งแสดงให้เห็นผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้วิธีการสั่งซื้อทางเฟซบุ๊ก ด้วยเหตุผลในเรื่องความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา และ ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นอกจากนี้การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะอาด ถูกสุขอนามัย มีอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้ป่วย ตามมาตรฐานกระบวนการของสถานพยาบาล เป็นอีกปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการบริการให้กับลูกค้า เนื่องจากเป็นปัจจัยเอื้อประโยชน์ให้เกิดความสะดวก ความประทับใจ รวมทั้งดึงดูดความสนใจเพื่อให้ลูกค้าเข้ารับบริการและเชิญชวนผู้อื่นเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่คลินิกต่อไป นอกจากนี้การบริหารจัดการด้านพื้นที่แบ่งโซนเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน ได้แก่ ห้องบริการนวดรักษา การจัดโซนการจำหน่าย โชนแจกลินค้าตัวอย่าง แผ่นพับหรือให้บริการอื่น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เป็นอีกปัจจัยที่ส่งเสริมการจัดวางผังของสถานบริการทางการแพทย์เพื่อตอบสนองความประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งนับเป็นอีกข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนธุรกิจทางการแพทย์สำหรับเปิดคลินิก



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"
 วันพุธที่ 18 สิงหาคม 2564

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการบริการการรักษาตามกรรมวิธีทางการแพทย์โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองต่ออาการป่วยให้ดีขึ้น การนำองค์ความรู้ตามศาสตร์การแพทย์ รวมทั้งการพัฒนาทางการแพทย์ด้านต่างๆ จึงเป็นประเด็นสำคัญของการตัดสินใจในการเข้ารับบริการของคลินิก ประกอบการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐาน และจัดสถานที่ให้เหมาะสมจะช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการในสถานบริการทางแพทย์ ดังนั้นการเปิดบริการทางการแพทย์จึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เพื่อให้เกิดความโดดเด่น และความประทับใจซึ่งเป็นหัวใจของงานด้านบริการ

2. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาในคลินิกเพียงแห่งเดียว ดังนั้นจึงควรใช้หลักการส่วนประสมทางการตลาดทำการศึกษาศูนย์อื่น ๆ ทั้งนี้อาจมีปัจจัยอื่นที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้เข้ารับบริการ

เอกสารอ้างอิง

เบญญาภา ศรีปัญญา และ บรรณสิทธิ สิทธิบรรณกุล. (2563). ผลของโปรแกรมการให้ความรู้ด้านการยศาสตร์ การทำงานร่วมกับการออกกำลังกายด้วยยางยืดต่ออาการปวดหลังส่วนล่าง ความสามารถในการทำกิจกรรม และความแข็งแรงของกล้ามเนื้อหลังในคนทำอาชีพทอผ้าฝ้ายอมคราม. วารสารศิลปศาสตร์ และวิทยาการจัดการ. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2563.

อมรรัตน์ แสงใสแก้ว. จุรีรัตน์ กอเจริญยศ. บุญรอด ดอนประเพ็ญ และ มารศรี ศิริสวัสดิ์. (2562). ผลของโปรแกรมส่งเสริมกิจกรรมทางกายในขณะปฏิบัติกิจวัตร ประจำวันต่ออาการปวดและภาวะจำกัดความสามารถ ในผู้ที่ปวดหลังส่วนล่างไม่ทราบสาเหตุ. วารสารพยาบาลสงขลานครินทร์. ปีที่ 39 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2562 หน้า 1-13.

นางสาวศรिता บุญประเสริฐ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook). ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บริษัท Pharm Connection Co., Ltd. (2557). ข้อมูลการตลาดยา. แหล่งที่มา <https://pharmconnection.wordpress.com>

สิริทรัพย์ พันธุ์ช่างทอง. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในเฟซบุ๊กของ สุภาพสตรี. ปริญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การบริการการตลาด. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ดวงทรัพย์ สืบสงค์. (2557). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจัดส่งอาหารออนไลน์. ปริญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต การบริการการตลาด. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

Gary Armstrong & Philip Kotler. (2015). Marketing: An Introduction (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Pearson Education.