บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

ภายใต้กระแสความนิยมในเรื่องการดูแลรักษาสุขภาพในปัจจุบันทำให้ผู้คนให้ความสำคัญกับผิวพรรณของตนเองมากขึ้น ดังนั้นการผลิตสินค้าและบริการสุขภาพโดยภาคเอกชนภายใต้ภาวะแข่งขัน ซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อแสวงหากำไรสูงสุดนั้น ผู้ผลิตจะต้องพยายามผลิตสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่นๆ การกำหนดนโยบายและการกำหนดบริการของคลินิกเอกชนจึงต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการและพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เพื่อการจัดบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคบริการมากที่สุด

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณและความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่จะส่งผลต่อตัวแปรตามคือปริมาณการใช้บริการคลินิก ในรูปของจำนวนครั้งของการใช้บริการหรือจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อรับบริการในระยะเวลา 6 เดือน โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 163 ชุด จากผู้ใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนาโดยใช้ตารางแสดงข้อมูลประกอบ และวิเคราะห์หาแบบจำลอง Linear Regression โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังหัวข้อต่อไปนี้

5.1 <u>การศึกษาข้อมูลทั่วไปที่ได้จากแบบสอบถาม</u>

พบว่าผู้ใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 70.6 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปีถึงร้อยละ 73 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีถึงร้อยละ 65 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนถึงร้อยละ 49.1 และมีรายได้ต่อเดือนในช่วง 15,001-30,000 บาทถึงร้อยละ 33.1

ในส่วนของเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้ผู้ใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ อันดับหนึ่งคือเรื่องคุณภาพในการรักษา คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาเป็นเรื่องสถานที่ตั้งของคลินิกสะดวกแก่การมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 26.4 อันดับสามคือเรื่องชื่อเสียงของคลินิก คิดเป็นร้อย

ละ 15.3 อันดับสี่คือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รู้จักคลินิก คิดเป็นร้อยละ 1.8 และเหตุผลอื่นๆ อีกร้อยละ 1.2 ซึ่งเหตุผลอื่นๆในที่นี้คือเรื่องราคาและการแนะนำจากคนรู้จัก

สำหรับจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ ถึงแม้ไม่พบแนวโน้มความสัมพันธ์กับระดับรายได้และราคาค่าบริการอย่างที่ควรจะเป็นตามกฎของอุปสงค์ ซึ่งอาจสามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากการเข้าไปพบแพทย์เพื่อทำการรักษาไม่ได้กำหนดจากตัวคนไข้หรือผู้ใช้บริการคลินิกเพียงฝ่ายเดียว แต่ขึ้นกับแพทย์ที่จะเป็นผู้นัดด้วย จึงขึ้นกับว่าแพทย์จะวินิจฉัยว่าคนไข้มีอาการรุนแรง (Severity) มากน้อยขนาดไหน ถ้ารุนแรงมากแพทย์ก็อาจนัดมาพบบ่อยครั้งหรืออาจใช้เวลาในการรักษาต่อเนื่องค่อนข้างนาน ซึ่งโดยทั่วไปแพทย์จะนัดอย่างเร็วที่สุดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง แต่โดยทั่วไปจะนัดดูผลการรักษาทุกๆ 2 สัปดาห์ แต่กระนั้นความสัมพันธ์ของจำนวนครั้งและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ กับตัวแปรลักษณะอื่นๆ ของกลุ่มตัวอย่างก็มีความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับกฎอุปสงค์กล่าวคือ อายุ การศึกษาและสถานที่ตั้งของคลินิกเป็นตัวกำหนดทางรสนิยมของผู้บริโภค ส่วนรายได้และอาชีพเป็นตัวกำหนดความสามารถในการจ่าย ดังนั้นคนไข้จะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้ารับบริการซ้ำกับคลินิกเดิมได้ถ้าคนไข้มองว่าการรักษาได้ผลและสมควรเข้ารับการรักษาต่อ ราคาค่าบริการอยู่ในเกณฑ์ที่คนไข้ยอมรับได้และคลินิกตั้งอยู่ในบริเวณที่สะดวกในการมาใช้บริการ แต่จะมีเพียงกรณีเดียวที่คนไข้มีอำนาจการตัดสินใจเต็มที่คือกรณีที่เข้ารับการรักษาครั้งแรก ซึ่งในกรณีนี้คนไข้ต้องตัดสินใจจากข้อมูลที่ตนเองได้รับมาเกี่ยวกับคุณภาพของคลินิก โดยผ่านชื่อเสียงหรือการโฆษณาให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าเรื่องราคาค่าบริการไม่ค่อยมีผลต่อการตัดสินใจมากนัก เนื่องจากค่าบริการในแต่ละคลินิกค่อนข้างใกล้เคียงกันเพราะต่างต้องทำการแข่งขันกันทางด้านการตลาด

5.2 <u>การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน</u>

พบว่าปัจจัยที่กำหนดการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ ในกลุ่มแรกซึ่งมีตัวแปรตามเป็นจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมานั้นทุกแบบจำลองมีตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพียงตัวเดียว คือ สถานที่ตั้งของคลินิกอยู่ในห้างสรรพสินค้า โดยแบบจำลองที่ 1 มีค่า Adjusted R square สูงที่สุดเท่ากับ 0.48 และมีค่า Significant-F เท่ากับ 0.032 ซึ่งหมายความว่าแบบจำลองสามารถใช้พยากรณ์จำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณในรอบ 6 เดือนได้ แต่อธิบายได้น้อยมากเพียงร้อยละ 4.8 เท่านั้น

ในกลุ่มที่สองซึ่งมีตัวแปรตามเป็นค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ตัวแปรรายได้ในช่วง มากกว่า 30,000 บาท ซึ่งแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในแบบจำลองที่ 5 และ 6 อีกทั้งตัวแปรอิสระสถานที่ตั้งของคลินิกยังแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ในแบบจำลองที่ 4 แต่กระนั้นก็เหมือนกับแบบจำลองในกลุ่มแรกคือ มีค่า Adjusted R square ต่ำ และที่สำคัญคือค่าสถิติ F ไม่แสดงนัยสำคัญ นั่นคือ แบบจำลองยังไม่เหมาะสมในการใช้ประมาณค่าตัวแปรตาม

การที่แบบจำลองแสดงตัวแปรอิสระที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติ แต่ Adjusted R square ต่ำหรือค่าสถิติ F ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทำให้ไม่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้นั้น อาจเนื่องมาจากตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลมากต่อตัวแปรตามเพราะเป็นปัจจัยด้านแพทย์ ซึ่งได้แก่ สถานะสุขภาพของแต่ละบุคคล เช่น ความรุนแรงของอาการผู้ป่วย ประวัติการรักษา รวมถึงวิธีการรักษา ไม่ได้ถูกนำมาใส่ในสมการของแบบจำลอง เนื่องจากไม่สามารถสอบถามได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม หากต้องขอข้อมูลจากแพทย์ผู้ทำการรักษา และข้อมูลตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่เกี่ยวกับด้านผู้ใช้บริการ เช่น อายุ รายได้ การศึกษา รวมถึงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิก ยังอยู่ในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและแบ่งเป็นช่วง ไม่ได้ใช้ค่าจริงที่แสดงถึงลักษณะที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่าง ทำให้แบบจำลองยังบกพร่องอยู่มาก

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการคลินิก

เนื่องจากปริมาณอุปสงค์ของการใช้บริการทางด้านสุขภาพไม่ได้ขึ้นกับปัจจัยจากทางผู้บริโภคเพียงฝ่ายเดียวแต่ยังขึ้นกับแพทย์ผู้วินิจฉัยด้วย ดังนั้นการที่คลินิกจะจูงใจให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้นต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งกับคุณภาพการรักษาซึ่งถ้าเป็นที่น่าพอใจ ผู้ป่วยที่ยังไม่หายแต่อาการดีขึ้นก็จะมาใช้บริการซ้ำ และยังสามารถบอกต่อหรือแนะนำให้แก่คนรู้จักที่มีปัญหาใกล้เคียงกันมาใช้บริการที่คลินิกเดียวกับตนได้ และคลินิกยังควรตั้งอยู่ในที่ที่สะดวกแก่การมาใช้บริการและเป็นแหล่งชุมชน อีกทั้งควรจัดบริการที่จำเป็น เช่น ที่จอดรถหากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งทำเลที่เหมาะสมก็คือห้างสรรพสินค้านั่นเอง
อีกทั้งคลินิกยังต้องทำการโฆษณาแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ เพราะจากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการเดิมจะสนใจใช้บริการเพิ่มได้ในกรณีที่รู้ข้อมูลมากขึ้น และการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักจะได้กลุ่มลูกค้าใหม่เป็นผู้ที่มีปัญหาผิวพรรณหรือผู้ที่อยู่ในกระแสความนิยม (In trend) แต่ไม่ได้มีผู้แนะนำเป็นพิเศษอยากทดลองใช้บริการ โดยจะเห็นว่าชื่อเสียงของคลินิกดีจากการ

โฆษณาจึงลองมาที่คลินิกและเมื่อพบว่ามีผู้ใช้บริการคลินิกนี้เป็นจำนวนมาก จะทำให้มั่นใจว่าคุณภาพการรักษาดีแล้วตัดสินใจใช้บริการได้ในที่สุด

และจากข้อมูลที่ทำการสำรวจพบว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของคลินิกคือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ที่มีรายได้ปานกลาง (6,000-30,000 บาท) ซึ่งจะมาใช้บริการการรักษาปัญหาผิวพรรณ ไปถึงผู้มีรายได้สูง (มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป) ที่นอกจากจะมารับบริการรักษาปัญหาผิวพรรณแล้ว ยังมักตอบรับข้อเสนอในบริการเสริมความงามของทางคลินิกอีกด้วย

5.4 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในครั้งต่อไป

เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ไม่สามารถหาข้อมูลปัจจัยทางด้านของแพทย์มาเป็นปัจจัยหรือตัวแปรอิสระได้ นั่นคือไม่สามารถนำประวัติคนไข้แต่ละคนที่แสดงถึงความรุนแรงของอาการและวิธีการรักษาที่แพทย์ได้กระทำต่อคนไข้มาวิเคราะห์ร่วมเป็นปัจจัยหนึ่งในสมการถดถอยได้ ซึ่งในบริการด้านสุขภาพ ปัจจัยนี้มีอิทธิพลค่อนข้างมากเนื่องจากแพทย์มีข้อมูลมากกว่าผู้ป่วยในการวินิจฉัยว่าผู้ป่วยเป็นอะไร อาการรุนแรงเพียงใดและต้องทำการรักษาอย่างไร ทำให้เกิดการชักนำของอุปทานต่ออุปสงค์ อีกทั้งตัวแปรด้านสถานภาพสมรสก็น่าจะนำมาใช้ในการพิจารณาด้วย เนื่องจากการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ ไม่ได้มีความต้องการในแง่การรักษาโรคผิวหนังเท่านั้นหากแต่มีความต้องการในแง่รสนิยมเกี่ยวกับความสวยงามด้วย ซึ่งอาจมีผลได้ทั้งทางบวกและทางลบ

ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปต้องทำการศึกษาถึงตัวแปรเหล่านี้เพิ่มด้วย อีกทั้งควรมีจำนวนตัวอย่างมากกว่านี้เพื่อให้สมการที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น