

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน เทคโนโลยีทางการแพทย์มีการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพทางเทคโนโลยีมากกว่าในอดีต ซึ่งทำให้การรักษาทางการแพทย์ต่าง ๆ มีความรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย และลดความเจ็บปวดให้กับร่างกายของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการ ซึ่งดวงตาเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของร่างกายที่มีค่า และมีความสำคัญสำหรับใช้ในการมองเห็นสิ่งต่าง ๆ ตั้งแต่เกิด ถ้าสายตามีอาการผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสายตาสั้น (Nearsightedness หรือ Myopia) สายตายาวโดยกำเนิด (Farsightedness, Hypermetropia หรือ Hyperopia) สายตาเอียง (Astigmatism) สายตายาวสูงอายุ (Presbyopia) ความผิดปกติของสายตาที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 4 ประการนั้นไม่一定会เกิดจากประการใดก็ตามจะส่งผลให้การดำเนินชีวิตประจำวันเกิดปัญหาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือการประกอบอาชีพบางอย่างไม่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน ทำให้ต้องมีการแก้ไขภาวะผิดปกติของสายตาให้อยู่สภาพปกติ ซึ่งอาจทำได้หลายวิธี ได้แก่ การสวมแว่นสายตา หรือคอนแทคเลนส์

การแก้ไขสายตาให้อยู่ในสภาพปกติของ 2 วิธีที่กล่าวมา เป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีสายตาผิดปกติไม่มาก หรือมีความพึงพอใจในวิธีดังกล่าว ในระยะ 4-5 ปีมานี้ วงการจักษุแพทย์ได้มีการพัฒนาการแก้ไขสายตาผิดปกติโดยวิธีการผ่าตัดกระจกตา (Corneal) เพื่อแก้ไขสายตาผิดปกติด้วยแสงเลเซอร์ชนิดเย็น วิธีดังกล่าวเรียกว่า เลเซอร์ อิน สิตูเคอราโตมิลูซิส หรือเลสิก (Laser in situ Keratomileusis หรือ LASIK) คือการนำเอา Excimer Laser มาใช้ในขั้นตอนที่เรียกว่า Photorefractive Keratectomy หรือ PRK วิธีการรักษาโดยการเปิดชั้นบาง ๆ ที่กระจกตา และฉายแสงเลเซอร์เข้าไปเพื่อปรับเปลี่ยนความโค้งของกระจกตา วิธีเลสิกเป็นวิธีที่แก้ปัญหาสายตาได้ดีกว่าวิธีอื่น ๆ เนื่องจากมีผลข้างเคียงต่ำ อาจมีอาการเจ็บปวดเคืองตาเพียงเล็กน้อย และอาการจะดีขึ้นได้อย่างรวดเร็ว เทคนิคใหม่นี้สามารถใช้รักษาผู้ที่มีสายตาเอียงด้วย ทั้งนี้ นายแพทย์ สุพงษ์ วงศ์วรเศรษฐ จักษุแพทย์จากโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เปิดเผยกับ “ผู้จัดการรายเดือน” เกี่ยวกับประชากรที่มีสายตาสั้นว่า “ผู้ที่มีอาการสายตาสั้นนั้น มีการสำรวจและเก็บสถิติพบว่าเกิดโดยกรรมพันธุ์ถึง 70% เกิดเอง 30% ดังนั้นประเทศไทยที่มีคนสายตาสั้นมาก มันก็จะมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น ฮองกง ประชากร กว่า 70% ไต้หวัน รองลงมาคือเกาหลี ญี่ปุ่น (40%) และจีน (30% กว่า) ไทยอยู่ในราว 20-30% ยุโรปประมาณ 18%

อเมริกา 19-20% ดังนั้นฮ่องกงจึงไม่มีทางลดจำนวนประชากรสายตาสั้นลงได้เลย" (ผู้จัดการออนไลน์, 2552)

นอกจากนี้ยังมีการทำการทดลองด้วยว่า สมัยก่อนเราไม่เชื่อว่าการอ่านหนังสือมากๆ ทำให้สายตาสั้น ได้มีการ ทดลองเด็กอนุบาลกับเด็กประถม 2 กลุ่ม จากจีนและฮ่องกง โดยให้กลุ่มประชากรที่สำรวจดังกล่าวนี้มีสายตาสั้นเท่ากันเมื่อเริ่มต้นทำการศึกษ หลังจกเวลาผ่านไป 2-3 ปี ปรากฏว่า กลุ่มฮ่องกงสั้นเพิ่มขึ้น เพราะเรียนมาก ใช้คอมพิวเตอร์มาก การอ่านหนังสือมาก แต่จีนแผ่นดินใหญ่ใช้ตาน้อย การเปลี่ยนแปลง 2 กลุ่มนี้จึงต่างกันมาก จึงมีการ สรุปว่าการใช้สายตามากมีผลต่อการที่จะสายตาสั้นมากขึ้นด้วย และกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีประชากรสายตาสั้นมากกว่า กลุ่มประเทศที่ยังไม่พัฒนา "สำหรับประเทศไทยนั้นผมเคยคำนวณปรากฏว่ามีประชากร 1 ล้านกว่า คนที่อยู่ในกลุ่มที่ต้องแก้ไขปัญหาสายตาสั้น หรือคิดเป็นประมาณกว่า 20%" (ผู้จัดการออนไลน์, 2552)

การรักษาภาวะสายตาสั้นผิดปกติด้วยวิธีเลสิกนี้ ได้รับความนิยมจากประชาชนคนไทยผู้มีปัญหาทางด้านสายตาสั้นเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลให้โรงพยาบาลหรือศูนย์รักษาสายตาต่าง ๆ หันมาเปิดให้บริการทางด้านนี้จำนวนมากขึ้น ซึ่งถ้าหากจะนับแล้วก็ไม่ต่ำกว่า 10 แห่งเป็นอย่างน้อย อาทิ เช่น โรงพยาบาลรัฐบาล ได้แก่ โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลราชวิถี โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลเมตตาประชารักษ์ (วัดไร่จิง) จังหวัดนครปฐม โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลตำรวจ และโรงพยาบาลของเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลวิภาวดี โรงพยาบาลตา หู คอ จมูก ศูนย์เลเซอร์สายตาบำรุงราษฎร์ ศูนย์เลเซอร์รักษาสายตารัตนิน-กิมเบล ศูนย์รักษาสายตาเลเซอร์วิชั่น ศูนย์รักษาสายตา TRSC International LASIK Center เป็นต้น สถานประกอบที่ให้บริการรักษาสายตาผิดปกติด้วยวิธีเลสิกนั้นมีอยู่หลายแห่ง สถานประกอบการต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ และแผนการตลาดที่จะสร้างโอกาสในการเจริญเติบโต และอยู่รอดต่อสภาพการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ซึ่งการนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้นั้น ก็มีส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ (ผู้จัดการออนไลน์, 2552)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีผลต่อการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการแข่งขันกันสูง และมีโอกาสที่จะเติบโตได้อีกมาก เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการหาโอกาสทางการตลาดของธุรกิจเลสิก หรือนำไปปรับปรุงรูปแบบวิธีการให้บริการของสถานบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิกที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิก ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิก ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือพฤติกรรมที่ตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบัน และอนาคต

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ต้องการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิกในเขตกรุงเทพมหานคร

เลสิก หมายถึง การรักษาความผิดปกติของสายตา ไม่ว่าจะเป็นสายตาสั้น สายตาวาว และสายตาเอียง ด้วยแสงเลเซอร์

การรักษาด้วยวิธีการเลสิก หมายถึง การรักษาโดยใช้เครื่องมือที่สำคัญ 2 ชนิดมาประกอบกัน คือ เครื่องแยกชั้นกระจกตา Microkeratome และเครื่องเอ็กไซเมอร์เลเซอร์ โดยหลังจากทำการแยกชั้นกระจกตาแล้ว จะใช้เอ็กไซเมอร์เลเซอร์ในการปรับเปลี่ยนความโค้งของกระจกตา ให้ได้ความโค้งที่เหมาะสมกับความยาวของลูกตา เพื่อให้กำลังการรวมแสงตกลงที่จุดรับภาพพอดี ทำให้สามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจน เพื่อรักษาภาวะสายตาสั้น ภาวะสายตาวาวโดยกำเนิด และภาวะสายตาเอียง