

ความต้องการและการดำเนินธุรกิจคลินิกเวชกรรม ศศคลินิกเวชกรรม

สถานที่ตั้ง เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร

Needs Analysis and Business Plan of Sasi Medical Clinic

At Minburi, Bangkok

พญ. ศศิกานต์ ทิววัฒน์ปกรณ์

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจคลินิกเวชกรรม ศศคลินิกเวชกรรม สถานที่ตั้งเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจและผู้ประกอบการ หรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

การดำเนินงานของธุรกิจคลินิกเวชกรรม เป็นการลงทุนเชิงธุรกิจครบครัน เพื่อตอบสนองความต้องการของแพทย์ผู้เป็นเจ้าของธุรกิจ ที่ต้องการจะมีคลินิกเวชกรรมขนาดเล็กเป็นของตนเอง ให้การดูแลรักษาผู้ป่วยเหมือนเป็นบุคคลในครอบครัว โดยไม่ได้หวังผลกำไรจากการประกอบธุรกิจมากเกินไป โดยยังคงมาตรฐานการรักษาตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

ผลการวิจัยด้านความต้องการของตลาด ด้านลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเวชกรรม พบว่าแผนกที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ แผนกตรวจโรค เป็นจำนวนร้อยละ 80.64 โดยผู้รับบริการต้องการคลินิกที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก จอดรถได้ง่าย ราคาค่าบริการของคลินิกต้องมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในคลินิกต้องเป็นผลิตภัณฑ์มาตรฐานทั่วไป ราคาไม่แพง เข้าถึงได้ง่าย มีกิจกรรมส่งเสริมการขายของคลินิกคือการมีบัตรสมาชิกประจำคลินิก บุคลากรในคลินิกต้องสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดี กระบวนการให้บริการที่คลินิกต้องมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของคลินิกควรมีลักษณะเป็นคลินิกที่ให้รายละเอียดและคำแนะนำในการรักษาดี และช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ 8.00-12.00 น. เป็นจำนวนร้อยละ 52.68 และความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน เป็นจำนวนร้อยละ 65.59

การดำเนินงานของธุรกิจ นอกจากจะมีคลินิกที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวกแล้ว ยังมีโครงสร้างการบริหารซึ่งประกอบด้วยแพทย์ผู้เป็นผู้ตรวจรักษาโรค พยาบาลซึ่งทำหน้าที่ช่วยเหลือแพทย์ในการทำหัตถการต่างๆ และพนักงานผู้ช่วยซึ่งรับผิดชอบงานทั่วไปในคลินิก ส่วนการจัดการเชิงกลยุทธ์จะใช้กลยุทธ์การตลาด 7Ps อันประกอบด้วย product price place promotion people process physical evidence และ STP model segmentation targeting positioning เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการ เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่คลินิก และทำให้คลินิกประสบความสำเร็จในที่สุด

คำสำคัญ ความต้องการและการดำเนินธุรกิจ คลินิกเวชกรรม

Abstract

The needs and the implementation of Sasi Medical Clinic clinical in Minburi district, Bangkok, Thailand. The purpose of the research is to study 1) the needs of the market 2) Sales 3) the conduct of business, and 4) strategic management. Data collection strategies are from the target group of businesses and entrepreneurs or study information related to business operations.

Implementation of clinical medicine is the investment-oriented family business. In order to meet the needs of physicians who own the business. Who want to have their own small clinic. To provide care to patients as well as their family members. Without regarding to the profit but the standard of treatment is still based on professional ethics.

The research on market demand on the behavior of choosing the Clinic. The department with the most services is the Check-up Unit at the amount of 80.64. The service recipients' needs clinic that is located in a convenient location, easy parking and the price must be reasonable with quality of service. Products used in this clinic must be standard, inexpensive products with the campaign activities of the clinic to have regular membership card. The clinic must be able to provide good information and advice. The appropriate time for the service is 8.00 a.m-12.00 a.m. which is at the frequency of 52.68 percent from the service 1-2 times per month is at 65.59 percent.

To operate the business, besides the convenient location. There is a management structure which consists of a medical practitioner clinics. Nurses, medical assistance, which acts to perform various procedures and staff assistant who is responsible for general work in the clinic. The strategic management to implement marketing strategies 7Ps including product price place promotion people process physical evidence and STP model segmentation targeting positioning to improve service quality and to increase revenue to produce sustainable success clinic.

keyword Business Needs Medical Clinic

บทนำ

1. ความเป็นมา

ความเจ็บป่วยเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เกิด แก่ เจ็บ ตาย เป็นสิ่งที่เราทุกคนจะต้องเผชิญ จะดีแค่ไหน หากมีคลินิกรักษาโรค ที่เปิดดำเนินการโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ในการดูแลรักษาผู้ป่วยมากกว่าสิบปี ตั้งอยู่ในชุมชน สมาชิกในชุมชนสามารถเข้ารับบริการได้ โดยมีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพบริการ

2. ประเภทของธุรกิจ

ประเภทของบริการ

ศศิคคลินิกเวชกรรม เป็นคลินิกที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรักษาโรคทั่วไป และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับภาวะสุขภาพ ผู้รับบริการจะได้รับคำแนะนำและการตรวจรักษาโรคตรงตามความต้องการ โดยจะให้บริการในด้านการตรวจรักษาโรคทั่วไป การให้น้ำเกลือ การทำแผล การฉีดยารักษาโรค การฉีดยาคูมก้านิต และการฉีดยาวัคซีนป้องกันโรค

รายละเอียดของบริการ

ศศิคคลินิกเวชกรรม มีบริการดังต่อไปนี้

1.ตรวจรักษาโรคทั่วไป ทั้งกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (โรค NCDs หรือ non-communicable diseases) ซึ่งเป็นโรคที่ไม่ได้เกิดจากเชื้อโรคและไม่สามารถแพร่กระจายจากคนสู่คนได้ แต่เป็นโรคที่เกิดจากนิสัยหรือพฤติกรรมดำเนินชีวิต ซึ่งจะมีการดำเนินโรคอย่างช้าๆ ค่อยๆสะสมอาการอย่างต่อเนื่องและเมื่อมี

อาการของโรคแล้วมักจะเกิดการเรื้อรังของโรคด้วย เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคไขมันในเลือดสูง โรคเก๊าท์ และโรคทั่วไปอื่นๆ ได้แก่ โรคติดเชื้อทางเดินหายใจ โรคหอบหืด โรคข้อ โรคกระดูกภูมิแพ้ โรคทางระบบทางเดินอาหาร โรคทางระบบทางเดินปัสสาวะ โรคทางระบบประสาท

2.การให้น้ำเกลือ (sodium chloride solution for intravenous) เป็นวิธีการทดแทนสารน้ำที่จำเป็นและสารโซเดียมคลอไรด์ด้วยสารละลายน้ำเกลือให้ร่างกายผ่านทางเส้นเลือด อันเนื่องมาจากผู้ป่วยมีภาวะร่างกายขาดน้ำ มีภาวะเกลือแร่ในร่างกายต่ำจากการได้รับเกลือแร่ในปริมาณที่ไม่เพียงพอ หรือสูญเสียเกลือแร่จากอาการป่วย เช่น เป็นไข้ อาเจียน ท้องร่วง และไม่สามารถดื่มน้ำในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกายได้ โดยแพทย์จะเจาะเส้นเลือดของผู้ป่วย แล้วให้น้ำเกลือเข้าสู่ร่างกายในปริมาณที่เหมาะสม โดยน้ำเกลือ สารละลายน้ำเกลือ หรือโซเดียมคลอไรด์(sodium chloride : NaCl) คือสารน้ำที่มีส่วนผสมของโซเดียมคลอไรด์ ซึ่งเป็นสารประกอบภายในร่างกายที่มีประโยชน์ต่อระบบต่างๆ เช่น ช่วยในกระบวนการดูดซึมและลำเลียงสารอาหารในลำไส้เล็ก รักษาความดันโลหิต รักษาสมดุลของเหลวในร่างกาย ช่วยในการหดเกร็งและคลายตัวของกล้ามเนื้อ และช่วยนำสัญญาณส่งผ่านสารสื่อประสาท

3.การทำแผล แพทย์จะทำการล้างสิ่งสกปรกออกจากแผลและล้างแผลให้สะอาดด้วยยาฆ่าเชื้อ กัดห้ามเลือดและยกส่วนที่เกิดแผลให้สูงขึ้นเพื่อให้เลือดหยุดไหลและลดอาการบวม ปิดปากแผลหรือพันด้วยผ้าพันแผลที่ปลอดเชื้อ อาจให้รับประทานยาพาราเซตามอลเพื่อบรรเทาความเจ็บปวดตามวิธีและปริมาณที่เหมาะสมที่ระบุไว้บนฉลากยา และแนะนำให้หลีกเลี่ยงการใช้ยาแอสไพริน เพราะอาจมีผลทำให้เลือดไหลเพิ่มมากขึ้นหรือนานขึ้นได้ และอาจแนะนำให้ประคบน้ำแข็งบริเวณผิวหนังรอบบาดแผลที่เป็นรอยขีดหรือบวมในระยะแรกที่เกิดบาดแผล

4.การฉีดยารักษาโรค เป็นการฉีดยาที่เป็นของเหลวเข้าไปในเนื้อเยื่อ หลอดเลือด หรือช่องในร่างกาย การฉีดยามีจุดประสงค์เพื่อต้องการให้ยาออกฤทธิ์เร็ว เพื่อให้ยาที่ไม่สามารถดูดซึมได้ในระบบทางเดินอาหาร เช่น ยาที่ระคายเคืองต่อทางเดินอาหารหรือถูกทำลายโดยเอนไซม์จากอวัยวะในทางเดินอาหาร เพื่อให้ยาแก่ผู้ป่วยที่รับประทานอาหารทางปากไม่ได้ เช่น คลื่นไส้ อาเจียน มีความลำบากในการกินและกลืน และเพื่อให้ผู้ป่วยได้รับยาในขนาดที่น้อยกว่าการรับประทาน เพราะยาที่ฉีดเข้าร่างกายสามารถดูดซึมเข้ากระแสเลือดหมด จำนวนยาที่ใช้จึงแน่นอนและเที่ยงตรง

5.การฉีดยาคุมกำเนิด(contraceptive injection) คือ วิธีการคุมกำเนิดที่มีประสิทธิภาพสูง ช่วยป้องกันการตั้งครรภ์ได้ในระยะเวลา 1 หรือ 3 เดือนหลังจากฉีด ขึ้นอยู่กับชนิดของยา ในปัจจุบันยาคุมกำเนิดที่นิยมใช้แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่ medroxyprogesterone ซึ่งเป็นยาคุมกำเนิดชนิดฉีด ผลิตจากฮอร์โมนโปรเจสเตอโรน ซึ่งเป็นฮอร์โมนที่ช่วยยับยั้งการตั้งครรภ์โดยฮอร์โมนดังกล่าวจะกระตุ้นผนังมดลูก

ให้หนาขึ้นทำให้ไขที่ผ่านการปฏิสนธิแล้วไม่สามารถเกาะตัวได้ง่ายและ

medroxyprogesterone&estradiol cypionate ซึ่งเป็นยาคุมกำเนิดชนิดฉีดที่ประกอบด้วยฮอร์โมน 2 ชนิด คือ โปรเจสเทอโรนและเอสโตรเจน โดยยาคุมกำเนิดชนิดนี้ช่วยให้ไข่ที่ผลิตมาจากรังไข่ไม่เจริญเติบโต ทำให้ไม่สามารถผสมกับอสุจิและรับการปฏิสนธิได้ ยานี้จะช่วยทำให้ประจำเดือนมาสม่ำเสมอมากขึ้น ในเรื่องประสิทธิภาพการฉีดยาคุม ช่วยป้องกันการตั้งครรภ์ได้สูงถึง 99% โดยผู้รับบริการจะต้องเข้ารับการฉีดยาคุมอย่างสม่ำเสมอ ตรงตามนัดของแพทย์เพราะการฉีดยาคุมกำเนิดที่ไม่ตรงตามกำหนด อาจจะทำให้โอกาสตั้งครรภ์เพิ่มสูงขึ้นได้ และการฉีดยาคุมกำเนิดนั้นไม่ได้ช่วยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ดังนั้น ถ้าต้องการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ควรสวมถุงยางอนามัย

6.การฉีดวัคซีนป้องกันโรค การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกายมีสองวิธีที่สำคัญ วิธีแรกคือการให้ภูมิคุ้มกันชนิดสำเร็จรูปของคนหรือสัตว์ที่มีอยู่ก่อน หรืออิมมูโนโกลบูลิน(passive immunization) ซึ่งเมื่อได้เข้าสู่ร่างกาย ภูมิคุ้มกันนี้จะสามารถออกฤทธิ์ต่อต้านเชื้อโรคได้ทันที ภูมิคุ้มกันชนิดนี้มีผลป้องกันโรคได้ชั่วคราวหรือระยะเวลาที่ไม่นาน ส่วนวิธีที่สองคือ การให้วัคซีนเพื่อกระตุ้นร่างกายให้สร้างภูมิคุ้มกัน(active immunization) วิธีนี้อาจใช้เวลาหลายสัปดาห์หรือเป็นเดือนในการที่จะทำให้ร่างกายสามารถสร้างระดับภูมิคุ้มกันให้เพียงพอในการป้องกันโรค โดยวัคซีนจะแบ่งโดยอาศัยวิธีการผลิตได้เป็น 3 ประเภทคือ

6.1 วัคซีนประเภทที่ออกซอยด์(toxoid) หมายถึงวัคซีนที่ผลิตขึ้นโดยการนำพิษของเชื้อโรคมารทำให้หมดฤทธิ์ไป แต่ยังสามารถกระตุ้นภูมิคุ้มกันได้ ใช้สำหรับโรคติดเชื้อเช่น โรคคอตีบ และโรคบาดทะยัก

6.2 วัคซีนชนิดเชื้อตาย(killed vaccine) หมายถึง วัคซีนที่ผลิตขึ้นโดยใช้เชื้อโรคทั้งตัวที่ตายแล้วหรือเฉพาะส่วนประกอบบางส่วนของเชื้อโรคหรือโปรตีนส่วนประกอบของเชื้อที่ผลิตขึ้นมาใหม่ โดยอาศัยหลักพันธุวิศวกรรม(genetic engineering) เช่น วัคซีนตับอักเสบบี วัคซีนไอกรน วัคซีนไขสันหลังอักเสบเจอี วัคซีนตับอักเสบบี วัคซีนโปลิโอชนิดฉีด และวัคซีนไขหวัดใหญ่ เป็นต้น

6.3 วัคซีนเชื้อเป็น(live vaccine) หมายถึง วัคซีนที่ผลิตขึ้นโดยใช้เชื้อโรคมารทำให้อ่อนฤทธิ์ลงจนทำให้ไม่สามารถทำให้เกิดโรค แต่เพียงพอที่จะกระตุ้นภูมิคุ้มกันของร่างกายได้ เช่น วัคซีนหัด-หัดเยอรมัน-คางทูม วัคซีนอีสุกอีใส วัคซีนโปลิโอชนิดกิน และวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิดพ่นจมูก เป็นต้น

เวลาในการให้บริการของศศิคลินิกเวชกรรม

เปิดให้บริการ วันจันทร์ถึงศุกร์ 17.00 – 22.00 น.

วันเสาร์-อาทิตย์ 8.00 – 22.00 น.

จุดเด่นของศตคลินิกเวชกรรม

เป็นคลินิกที่ให้บริการเหมือนผู้ป่วยเป็นสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว

แพทย์และพยาบาลมีความชำนาญมาก เนื่องจากมีประสบการณ์ดูแลผู้ป่วยมายาวนานกว่าสิบปี

ราคาย่อมเยา

นวัตกรรมของศตคลินิกเวชกรรม

มีการนำ application line and facebook มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ และติดต่อกับผู้มาใช้บริการ

2.วิสัยทัศน์

ศตคลินิกเวชกรรม พัฒนาการบริการของคลินิกให้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เพื่อมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้เจริญอย่างยั่งยืน

3.พันธกิจ

1. ให้การรักษาที่มีมาตรฐาน ตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ
3. เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

4.เป้าหมาย

- 1.เป้าหมายระยะสั้น กำหนดแล้วเสร็จภายใน 1 ปี
- 2.เป้าหมายระยะปานกลาง กำหนดแล้วเสร็จภายใน 3-5 ปี
- 3.เป้าหมายระยะยาว กำหนดแล้วเสร็จ 5 ปีขึ้นไป

5.วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

ต้องการเป็นสถานพยาบาลเบื้องต้นในการดูแลผู้ป่วยในชุมชน

เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

สามารถทำกำไรจากการดำเนินงานกิจการได้ตามเป้าหมาย

เป็นคลินิกที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของชุมชน

6. โครงสร้างการบริหารของศศิคลินิกเวชกรรม

แพทย์ เป็นเจ้าของกิจการ ผู้ดำเนินงานในการตรวจรักษาโรค
พยาบาล ปฏิบัติตามคำสั่งของแพทย์ ให้ความช่วยเหลือแพทย์ในด้านต่างๆ
พนักงานผู้ช่วย ดูแลงานทั่วไป ดูแลความสะอาดของคลินิก ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายในการรักษาของผู้ป่วย

7. ที่มาของการจัดทำแผน

เนื่องจากต้องการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจ รายได้ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กำไรสุทธิ จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำแผน

8. ความสำคัญของการจัดทำแผน

เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจศศิคลินิกเวชกรรม
เพื่อนำมาปรับปรุงการบริหารงานของธุรกิจศศิคลินิกเวชกรรม

9. วัตถุประสงค์ของการทำแผน

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการในการใช้บริการคลินิกเวชกรรมในเขตมโนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการคลินิกเวชกรรมในเขตมโนบุรี กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
4. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจศศิคลินิกเวชกรรม
5. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี

10. นิยามศัพท์

กฎกระทรวง กำหนดลักษณะของสถานพยาบาลและลักษณะการให้บริการของสถานพยาบาล พ.ศ. 2558 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 6 วรรคหนึ่ง และมาตรา 14 วรรคสอง แห่งพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

สถานพยาบาลประเภทที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน หมายความว่า สถานพยาบาลประเภทคลินิก ตามกฎกระทรวงนี้

คลินิกเวชกรรม หมายความว่า คลินิกที่จัดให้มีการประกอบวิชาชีพเวชกรรม ซึ่งดำเนินการโดยผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม

11.ขอบเขตของการวิจัย

- ด้านเนื้อหา ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ
- ด้านประชากร ศึกษาจากกลุ่มผู้บริโภค ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 186 คน
- ด้านเวลา ศึกษาในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2562

12 ประโยชน์ที่ได้รับ

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการคลินิกเวชกรรม ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร นี้มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก เพื่อมีส่วนช่วยในการพัฒนาธุรกิจคลินิกเวชกรรม ให้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่คิดจะเริ่มต้นประกอบธุรกิจคลินิกเวชกรรม หรือผู้ที่ประกอบกิจการอยู่แล้ว สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนาทางธุรกิจได้ รวมทั้งเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคตและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านการบริการให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้มาใช้บริการต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

1 มีการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย

วิธีการในการเก็บข้อมูลในการจัดทำแผนธุรกิจความต้องการและการดำเนินธุรกิจคลินิกเวชกรรม ศศคลินิกเวชกรรม สถานที่ตั้งเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มที่เฉพาะเจาะจง (purposive selection) คือกลุ่มตัวอย่าง ในเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้เข้าไปสอบถามเบื้องต้น (screening question) เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้อย่างเฉพาะเจาะจงแล้ว ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามปลายปิด (closed-ended questionnaire) ให้กลุ่มตัวอย่างและขอความร่วมมือจากตัวอย่างในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถามจนครบจำนวน

ทั้งนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม SPSS (statistical package for the social science) เป็นโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพสูง ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และการจัดการข้อมูลต่างๆ โดยการหาค่าเฉลี่ย หรือที่เรียกกันว่า การคำนวณหาความถี่ (frequencies) ในแต่ละคำถามตามแบบสอบถามในเอกสารแนบท้าย ซึ่ง N=186 คน

โดยในช่วงแรกนี้ผู้วิจัยจะอธิบายเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (demographic characteristics) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ซึ่งลักษณะที่แตกต่างกันออกไปจะส่งผลให้พฤติกรรมมารับรู้ ทักษะคติเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงระยะเวลา

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 186 คนและมีการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบกิจการคลินิกเวชกรรม จำนวน 2 ท่าน จากการสำรวจนี้ผู้วิจัยใช้เวลาศึกษาและสำรวจข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม 2562

การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่จะทำวิจัย

ผู้วิจัยได้สำรวจจากประชากรที่มีช่วงอายุสามารถแบ่งออกได้ 7 ช่วงอายุ โดยเฉลี่ยดังต่อไปนี้ (1) น้อยกว่า 20 ปี (2) 20-29 ปี (3) 30-39 ปี (4) 40-49 ปี (5) 50-59 ปี (6) 60-69 ปี (7) 70-79 ปี

ทั้งนี้เราจะพบว่า จำนวนช่วงอายุ 50-59 ปี มาใช้บริการคลินิกเวชกรรมมากที่สุด ตามตารางที่ 2 มีจำนวนมากถึงร้อยละ 27.95 รองลงมาคือช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวนร้อยละ 22.58 และช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวนร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

อีกทั้งหากเราพิจารณาทางด้านระดับการศึกษาจะพบว่า ผู้ศึกษาจบปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีมากถึง 112 คน เป็นจำนวนร้อยละ 60.21 ซึ่งหากมองในส่วนของอาชีพ โดยส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 29.03 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 26.88 รองลงมาคือช่วงอายุ 10,000-20,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 52.68

จากผลการสำรวจตารางที่ 8 พบว่าผู้บริโภคใช้บริการแผนกตรวจโรคมากที่สุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 80.64 และจะมาใช้บริการในช่วงเวลา 8.00-12.00 น. มากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 52.68 โดยมีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 65.59

จากผลการสำรวจตารางที่ 9 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศัลยกรรมคลินิกเวชกรรม เริ่มตั้งแต่คลินิกต้องตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก จอดรถได้ง่าย ราคาค่าบริการของคลินิกต้องมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ผลลัพธ์ที่ใช้ในคลินิกต้องเป็นผลลัพธ์มาตรฐานทั่วไป ราคาไม่แพง เข้าถึงได้ง่าย กิจกรรมส่งเสริมการขายของคลินิกคือการมีบัตรสมาชิกประจำคลินิก บุคลากรในคลินิกต้องสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำได้ดี กระบวนการให้บริการที่คลินิกต้องมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของคลินิก ควรมีลักษณะเป็นคลินิกที่ให้รายละเอียดและคำแนะนำในการรักษาดี

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความต้องการและการดำเนินธุรกิจคลินิกเวชกรรม ศัลยกรรมคลินิกเวชกรรม ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1 สรุปผลการวิจัย
- 2 การอภิปรายผลการวิจัย
- 3 ข้อเสนอแนะ

1 การสรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเวชกรรม พบว่าแผนกที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ แผนกตรวจโรค เป็นจำนวนร้อยละ 80.64 ดังนั้นทางศัลยกรรมคลินิกเวชกรรมจึงมองเห็นโอกาสว่า หากต้องการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการในคลินิกมากขึ้น ต้องพัฒนาแผนกตรวจโรคทั่วไปให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยเริ่มตั้งแต่คลินิกต้องตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก จอดรถได้ง่าย ราคาค่าบริการของคลินิกต้องมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ผลลัพธ์ที่ใช้ในคลินิกต้องเป็นผลลัพธ์มาตรฐานทั่วไป ราคาไม่แพง เข้าถึงได้ง่าย มีกิจกรรมส่งเสริมการขายของคลินิกคือการมีบัตรสมาชิกประจำคลินิก บุคลากรในคลินิกต้องสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำได้ดี กระบวนการให้บริการที่คลินิกต้องมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของคลินิก ควรมีลักษณะเป็นคลินิกที่ให้รายละเอียดและคำแนะนำในการรักษาดี

2. ลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเวชกรรม พบว่าช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ 8.00-12.00 น. เป็นจำนวนร้อยละ 52.68 ดังนั้นจึงต้องเตรียมบุคลากรในช่วงเช้าให้เพียงพอต่อการเข้ารับบริการของผู้ป่วยจำนวนมาก เพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้าในการตรวจรักษา

3 ลักษณะพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเวชกรรม พบว่าความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน เป็นจำนวนร้อยละ 65.59 ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดีเพราะแสดงว่าผู้รับบริการได้รับการให้คำแนะนำที่ดีจากคลินิกในการดูแลสุขภาพสภาพ ทำให้มีสุขภาพที่แข็งแรง เจ็บป่วยไม่บ่อย แต่เราอาจเพิ่มลูกค้าได้ โดยเพิ่มบริการทางด้านการดูแลสุขภาพ เป็นการป้องกันโรคมกกว่าการรักษาโรค เช่น การฉีดวัคซีน การทำคีเลชั่น เพื่อเพิ่มจำนวนครั้งในการใช้บริการให้มากขึ้น

2 การอภิปรายผล (Discussion)

ความสำเร็จของธุรกิจคลินิกเวชกรรม ศศิคลินิกเวชกรรม จะสำเร็จและบรรลุเป้าหมายของธุรกิจที่วางไว้ได้ จะทำอย่างไรให้คลินิกเป็นที่รู้จักและมีผู้รับบริการจำนวนมากขึ้น ทางผู้วิจัยเห็นว่าการตลาดแบบปากต่อปากจะเป็นวิธีที่สำคัญที่สุดที่ทำให้คลินิกเจริญเติบโตขึ้นได้ แพทย์เจ้าของคลินิกต้องมีการชวนขวนขวายหาความรู้อยู่เสมอ ให้การอบรมพยาบาล พนักงานและเจ้าหน้าที่ของคลินิกให้ทำงานอย่างมีมาตรฐาน และต้องทำการตลาดออนไลน์ควบคู่กันไปด้วย

3 ข้อเสนอแนะ (Implication)

ทางผู้วิจัย ได้เสนอการทำการตลาดออนไลน์ (digital marketing) เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน ธุรกิจต้องปรับตัวให้ทัน การปรับตัวคือหัวใจของการอยู่รอด “การอยู่รอด” ไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดองค์กรว่าใหญ่หรือเล็ก แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัว ปรับตัวก่อนได้โอกาสก่อน ปรับตัวได้ดีกว่ามีโอกาสมากกว่า โดย digital marketing มีข้อดีคือ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างกว่า ดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าได้ง่ายขึ้น เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตลอดเวลา ต้นทุนการทำการตลาดถูกกว่า สื่อสารกับลูกค้าได้ตลอดเวลา มีภาพลักษณ์ที่ดี ความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น วัดผลได้ชัดเจน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการค้นคว้าอิสระและบทความวิจัย เรื่อง ความต้องการและการดำเนินธุรกิจคลินิกเวชกรรม ศีติคลินิกเวชกรรม สถานที่ตั้งเขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร Needs Analysis and Business plan of Sasi Medical Clinic at Minburi, Bangkok ได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ ประธานที่ปรึกษาในการค้นคว้าอิสระและบทความวิจัยฉบับนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะ แนวคิด คำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนเป็นผลสำเร็จไปด้วยความเรียบร้อย ตลอดจนผู้ป่วยและผู้ประกอบการคลินิกในกรุงเทพมหานคร ที่ให้ข้อมูลและบทสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะศึกษาค้นคว้าหรือนำข้อมูลเพื่อไปพัฒนาในด้านอื่นๆต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใด จึงขออภัยมา ณ โอกาสนี้

พญ.ศศิกานต์ ทิววัฒน์ปกรณ์

เอกสารอ้างอิง

กิ่งพร ทองใบ.(2556). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การในประมวลสาระชุดวิชาเศรษฐศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ หน่วยที่ 13 สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

จิรุตน์ ศรีรัตนบัลล์. (2557). *การวิเคราะห์งบประมาณในการบริหาร.* กรุงเทพมหานคร: บริษัท ดีไซน์ จำกัด.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2550). *การจัดการการตลาด.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า

พยอม วงศ์สารศรี. (2550). *องค์การและการจัดการ.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต