พฤติกรรมด้านสุขภาพและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกของลูกค้าโรงพยาบาลบ้านนา จังหวัดนครนายก

HEALTH BEHAVIOR AND PHYCHOLOGICAL FACTORS AFFECTING CUSTOMER'S DECISION MAKING ON ALTERNATIVE MEDICINE AT BANNA COMMUNITY HOSPITAL, NAKHON-NAYOK PROVINCE

เยาวภา ปฐมศิริกุล[1]* *โชติรัส ชวนิชย์*[2] *เริ่ม ใสแจ่ม*[3]

Yaowapa Pathomsirikul[1]*, *Chotiras Chavanich*[2], *Ream Saijam*[3]

[1]*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*

[1]*Master of Business Administration Program, Eastern Asia University, Thailand.*

[2]*หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*

[2]*Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Eastern Asia University, Thailand.*

[3]*หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*

[3]*Doctor of Business Administration Program in Marketing, Eastern Asia University, Thailand.*

**Corresponding author, E-mail:* *yaowapa@eau.ac.th, dryaowapa@hotmail.com*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพ ปัจจัยจิตวิทยา และการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการและลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา (2) เปรียบเทียบพฤติกรรมด้านสุขภาพที่แตกต่างกันกับการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือก (3) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือก กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา จำนวน 461 คน และลูกค้าคาดหวัง จำนวน 582 คน สุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนาและสถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพโดยพบแพทย์เมื่อเจ็บป่วย มีความต้องการใช้บริการแพทย์แผนไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ธรรมชาติบำบัด แพทย์แผนจีน ชะลอวัย และแพทย์สายจิตตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างลูกค้าคาดหวังมีความสนใจใช้บริการ คลินิกบำบัดงดบุหรี่ คลินิกดูแลน้ำหนักและการออกกำลังกาย (2) พฤติกรรมด้านสุขภาพของผู้ใช้บริการและลูกค้าคาดหวังที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกแตกต่างกัน (3) ปัจจัยจิตวิทยาของผู้ใช้บริการ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต (ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β)=.29) ทัศนคติ (β=.22) แรงจูงใจ (β=.16) ประสบการณ์ (β=.13) มีอิทธิพลทางบวกต่อ**การตัดสินใจใช้บริการแพทย์ทางเลือก และสามารถอธิบายการทำนายการตัดสินใจ** ได้ร้อยละ 74 (R^2=0.74) ในขณะที่ประสบการณ์บริการ (β=.29) แรงจูงใจ (β=.20) ทัศนคติ (β=.13) การรับรู้ข้อมูลด้านสุขภาพ (β=.10) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการด้วยวิธีการ

แพทย์ทางเลือกของกลุ่มลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา และสามารถอธิบายการทำนายการตัดสินใจได้ร้อยละ 43 (R^2=0.43)

คำสำคัญ: พฤติกรรมด้านสุขภาพ ปัจจัยจิตวิทยา การตัดสินใจใช้บริการ การแพทย์ทางเลือก

Abstract

This survey research aimed to (1) survey health behavior, psychological factors and customer's decision making on Alternative medicine of BANNA Community hospital. (2) compared the difference of health behavior and customer's decision making on Alternative medicine. (3) analyze the effect of psychological factors towards customer's decision making on Alternative medicine. These researches were testing 2 groups of samples, which were 461 of customers who have visited the hospital within three month and 582 samples of prospect customer, using two-stage random sampling techniques. The data were collected by questionnaires, in-depth interview and focus group. The statistics used in the research were the descriptive statistics and One-way ANOVA, Multiple regression techniques were used to test the hypotheses. The findings found that (1) the health behavior of the samples of customer had mostly non-preventive health care life style. When considering customer's demand on Alternative medicine, there were found in descending order as follows : 1) Thai traditional 2) Naturopathy 3) Chinese traditional 4) Anti-Aging 5) Mind-Body. On the other hand, the samples of prospect customer were interested on Alternative medicine; Quit smoking, Weight Loss and exercise program. (2) The difference in health behavior made the difference in customer's decision making on Alternative medicine. (3) In result of the analysis on psychological factors, there were 4 factors of the variables, which were health care lifestyle (regression coefficient (β)=.29), attitude (β=.22), motivation (β=.16) and experience (β=.13) had influence to the level of customer's decision making on Alternative medicine with predicted ratio 74% (R^2=0.74). As the experience (β=.29), motivation (β=.20), attitude (β=.13) and perception (β=.10) of prospect customer's had influence to the level of decision making on Alternative medicine with predicted ratio 43 % (R^2=0.43)

Keywords: Health Behavior, Psychological Factors, Decision Making, Alternative Medicine

บทนำ

ในช่วงปี ค.ศ. 2000-2010 กลุ่มประเทศพัฒนาและกำลังพัฒนาได้ให้ความสนใจเพิ่มขึ้นในการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก (Traditional Medicine/Complementary and Alternative Medicine : TCAM) การบูรณาการในการใช้ TCAM ในระบบสาธารณสุข จะต้องมีการประเมินความสำคัญในการใช้ตามบริบทของแต่ละประเทศ มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการและความเหมาะสมของนโยบาย [1] เช่นเดียวกับการบริการสุขภาพในประเทศไทย ปัจจุบันการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกได้

เข้ามามีบทบาทมากขึ้น อีกทั้งมีการบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาสาธารณสุขแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2555) และฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ได้กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพการดูแลสุขภาพจากภูมิปัญญาไทย การจัดการความรู้ด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือกให้มีมาตรฐาน การสร้างทางเลือกสุขภาพที่หลากหลาย ผสมผสานภูมิปัญญาไทยและสากล ส่งเสริมให้ทุกโรงพยาบาลมีการเปิดให้บริการทางด้านนี้ [2]

การขับเคลื่อนการบูรณาการการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือกกับการแพทย์แผนปัจจุบัน ให้เป็นการแพทย์สายหลักในระบบสุขภาพแห่งชาติของประเทศไทย [3] ทำให้อุปสงค์ต่อบริการของโรงพยาบาลภาครัฐและเอกชนในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 ผู้บริโภคตื่นตัวมากกับกระแสการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพ (Healthcare Lifestyle) พฤติกรรมที่เปลี่ยนจากการรักษามาสู่เตรียมพร้อมที่เป็นการป้องกันก่อนจะเจ็บป่วย โรงพยาบาลหลายแห่งจึงมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมีการนำแนวคิดการแพทย์ทางเลือกในการดูแลสุขภาพ การยกระดับมาตรฐานโรงพยาบาลจากโรงพยาบาลทั่วไปไปสู่โรงพยาบาลที่เน้นด้านการส่งเสริมป้องกันโรคและการฟื้นฟูสุขภาพด้วยแนวคิดการดูแลสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือกเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพตามกระแสผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

โรงพยาบาลบ้านนา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการผสมผสานการจัดบริการแพทย์ทางเลือกที่เหมาะสมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ในระบบบริการสุขภาพ และได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการบริการรักษาพยาบาลโดยประยุกต์ใช้แนวคิดการแพทย์ทางเลือกเป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยการบูรณาการการแพทย์แผนปัจจุบันและการแพทย์ทางเลือกในการดูแลสุขภาพของประชาชน ทั้งนี้ การศึกษาพฤติกรรมด้านสุขภาพ การประเมินความสนใจและความต้องการใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการการแพทย์ทางเลือก ได้กำหนดเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่ใช้ในการกำหนดแผนการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลบ้านนา การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมด้านสุขภาพและปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา และลูกค้าคาดหวัง (ลูกค้าภายนอก) ของโรงพยาบาลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพ ความต้องการใช้บริการ ปัจจัยจิตวิทยา และการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการและลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา

2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านสุขภาพที่แตกต่างกันกับการตัดสินใจใช้บริการด้วยการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนาและลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา

3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยจิตวิทยาของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนาและลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ตัวแปรพฤติกรรมด้านสุขภาพ แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler [4] ที่กล่าวว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อด้วย 6W 1H เป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 7 ประการ คือ 7Os

ซึ่งประกอบด้วย 1) ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 2) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) 3) วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) 4) บทบาทของกลุ่มที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ (Organizations) 5) โอกาสในการซื้อ (Occasions) 6) ช่องทางหรือแหล่งที่ซื้อ (Outlets) และ 7) ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคทำการซื้อ (Operations) (2) ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของ Kotler and Armstrong [5] ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ตราสินค้าที่ซื้อ สถานที่ที่ซื้อ ช่วงเวลาที่ซื้อ และจำนวนที่ซื้อ (3) แนวคิดแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Micro Model of Consumer Responses) [6-7] ที่กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลักดังนี้ คือ ขั้นตอนของการรับรู้สินค้า (Cognitive Stage) ขั้นตอนของความพึงพอใจและต้องการซื้อสินค้า (Affective Stage) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้า (Behavioral Stage) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามที่ Blackwell et al. [8] พบว่าสถานการณ์ส่วนบุคคล หรือบริบทความต้องการของลูกค้า การรับรู้ของลูกค้าในการบริการและคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ มีผลต่อการใช้บริการซ้ำของลูกค้า ผลการวิจัยของพชรมน พรหมศวร และคณะ [9] พบว่าปัจจัยด้านเหตุผลการเลือกเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสวงหาบริการด้านสุขภาพ ผลงานวิจัยของอมร เปรมกมล และคณะ [10] พบว่าประเภทการแพทย์ทางเลือกหรือการแพทย์เสริมที่นิยมใช้ ได้แก่ นวดแผนไทย และผลวิจัยของภรณี เภสัชชะ [11] ที่พบว่า พฤติกรรมด้านสุขภาพ ด้านประเภทบริการที่เลือกใช้ เหตุผลและโอกาสการใช้บริการ สถานที่ที่ใช้บริการเป็นพฤติกรรมด้านสุขภาพของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือก

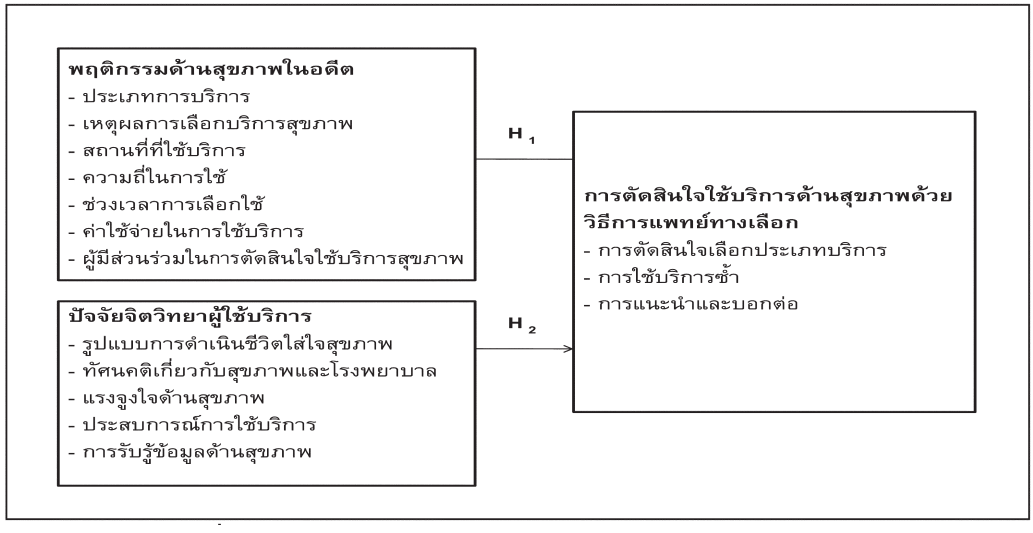
2. ตัวแปรปัจจัยจิตวิทยา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) ทฤษฎีการรับรู้ ตามที่ Schiffman and Kanuk [12] ได้กล่าวถึงการรับรู้ของผู้บริโภคซึ่งประกอบไปด้วย การเลือกรับรู้ การจัดระเบียบ และการแปลความหมาย (2) ทฤษฎีทัศนคติ Shiffman and Kanuk [12] ได้กล่าวถึงทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model) คือ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจ หรือการรับรู้ 2) ด้านความรู้สึก 3) ด้านพฤติกรรมที่จะแสดงออก ทัศนคติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล (3) ทฤษฎีแรงจูงใจ ลำดับขั้นความต้องการของ Maslow, 1970 (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) (อ้างถึงใน Schiffman and Kanuk [12]) กล่าวถึงความต้องการ 5 ลำดับขั้น ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ ความต้องการการยกย่องและความต้องการความสำเร็จในชีวิต ซึ่งแรงจูงใจเป็นสิ่งผลักดันกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม ความสนใจ ความตั้งใจ ความพอใจ ความต้องการในการเลือกสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค (4) แนวคิดของ Warlop et al. [13] ว่าด้วยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Type of Consumer Decision Theories) พบว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้หรือความเข้าใจในความพึงพอใจเป็นหลัก การตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับการรับรู้ในประสบการณ์ในอดีตโดยเฉพาะการรับรู้ประสบการณ์ที่ดีในตราสินค้า และการศึกษาของ Gonzalez [14] พบว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคที่รวดเร็วและเด็ดขาดนั้นขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคล งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยของ Russ [15] พบว่าประสบการณ์การบริการในอดีตมีผลต่อการค้นหาข้อมูลการบริการซึ่งส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้า ความคาดหวังของลูกค้าและความพึงพอใจการบริการ การสร้างลูกค้าใหม่จากการใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดและการสื่อสารแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ ผลงานวิจัยของเยาวภา ปฐมศิริกุล [16] พบว่า

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ ทัศนคติ รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพและประสบการณ์การใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพของโรงพยาบาล การกลับมาใช้บริการซ้ำและการแนะนำบอกต่อ

3. ตัวแปรด้านการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Model of Consumer Decision Making) ของ Shiffman and Kanuk [12] เสนอโมเดลที่แสดงให้เห็นถึงลำดับขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เรียกว่า โมเดลความเข้าใจ หรือโมเดลการแก้ปัญหา โดยแสดงให้เห็นถึงปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลการวิจัยของรักษ์เกียรติ จิรันธร และคณะ [17] ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิผลต่อระดับความพึงพอใจ ได้แก่ อาชีพ วัตถุประสงค์ของการมารับบริการ และผลงานวิจัยของ Barnes et al. [18] พบว่าประชาชนกลุ่มผู้ใหญ่ใช้การดูแลสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือก โดยใช้การรับประทานผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากที่สุดและการฝึกหายใจแบบลึก

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของตัวแปร สมมติฐานการวิจัยและกรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 : พฤติกรรมด้านสุขภาพที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา และลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา ที่แตกต่างกัน (H_1)

สมมติฐานข้อที่ 2 : ปัจจัยจิตวิทยาผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา และลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา (H_2)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประกอบด้วย (1) กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา จำนวน 418 คน กลุ่มที่ 2) กลุ่มลูกค้าคาดหวัง จำนวน 582 คน การสุ่มตัวอย่างประชากรกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการและลูกค้าคาดหวังโรงพยาบาลบ้านนาใช้เทคนิคการสุ่มแบบสองขั้นตอน โดยขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งผู้ใช้บริการตามสิทธิการรักษา และขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) ด้วยการใช้บัตรคิวทุกๆ 5 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ 4 ประเภท ได้แก่ (1) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) (2) แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) (3) แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสุขภาพของโรงพยาบาล จำนวน 2 ชุด ชุดที่ 1) สำหรับผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา และชุดที่ 2) สำหรับผู้ใช้บริการภายนอกโรงพยาบาลบ้านนา การหาคุณภาพของเครื่องมือผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ผลการหาค่าความเที่ยงตรงโดยการทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตามเทคนิค IOC โดยข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.6 ทุกข้อคำถาม สำหรับการหาความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Alpha Coefficient ของ Cronbach [19] ได้ค่าความเชื่อมั่นจากการทดสอบแบบสอบถามสำหรับลูกค้าภายในโรงพยาบาลบ้านนาทั้งชุดเท่ากับ 0.87 และแบบสอบถามสำหรับลูกค้าภายนอกโรงพยาบาลบ้านนาทั้งชุดเท่ากับ 0.94

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยสถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพ และความต้องการของผู้ใช้บริการและลูกค้าที่คาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนา

1.1 พฤติกรรมด้านสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้เวลาว่างด้วยการอ่านหนังสือ การออกกำลังกายนานๆ ครั้ง ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ใช้สิทธิชำระค่ารักษาพยาบาลด้วยบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง) รูปแบบการดูแลสุขภาพคือพบแพทย์โรงพยาบาลเมื่อเจ็บป่วย เหตุผลสำคัญที่สุดที่ใช้บริการ คือใกล้บ้าน/เดินทางสะดวก จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา คือ 1-2 ครั้ง ช่วงเวลาที่มาใช้บริการคือ เวลา 08.00-12.00 น. อัตราค่าบริการต่อครั้งที่คิดว่าเหมาะสมและสามารถจ่ายได้ในการใช้บริการของศูนย์การแพทย์ทางเลือกโรงพยาบาลบ้านนา คือค่าบริการต่ำกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตัวเอง เมื่อพิจารณาพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าคาดหวัง พบว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา

1.2 ความต้องการการใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของโรงพยาบาลบ้านนา ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของประเภทความต้องการใช้บริการด้านสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือก

ตัวแปร	ประเภท	ผู้ใช้บริการ รพ.บ้านนา		ลูกค้าคาดหวัง รพ.บ้านนา	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการใช้บริการด้านสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือก	การแพทย์แผนปัจจุบัน (Conventional)	286	68.40	377	64.80
	การแพทย์แผนไทย (Traditional)	71	17.00	119	20.40
	การแพทย์แผนจีน (Chinese)	17	4.10	7	1.20
	การแพทย์ธรรมชาติ (Naturopathy)	18	4.30	37	6.40
	การแพทย์ชะลอวัย (Anti-Aging)	17	4.10	19	3.30
	การแพทย์สายจิต (Mind-Body)	6	1.40	18	3.10
	การแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ระบุ	3	0.70	5	0.90

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนามีความต้องการใช้บริการแบบการแพทย์แผนปัจจุบัน มากที่สุด (ร้อยละ 68.40) สำหรับความต้องการใช้บริการการแพทย์ทางเลือกมากที่สุด ได้แก่ การแพทย์แผนไทยรองลงมา คือ การแพทย์ธรรมชาติ การแพทย์แผนจีน การแพทย์ชะลอวัย และการแพทย์สายจิต ตามลำดับ

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างลูกค้าคาดหวังของโรงพยาบาลบ้านนาพบว่า มีความต้องการใช้บริการด้านสุขภาพแบบการแพทย์แผนปัจจุบันมากที่สุด (ร้อยละ 64.80) ความต้องการการแพทย์ทางเลือกมากที่สุด ได้แก่ การแพทย์แผนไทยรองลงมา คือ การแพทย์ธรรมชาติ การแพทย์ชะลอวัย และการแพทย์สายจิต การแพทย์แผนจีน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ไม่สนใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการและลูกค้าคาดหวังภายนอกโรงพยาบาลบ้านนา

ตัวแปร	คุณลักษณะ	ผู้ใช้บริการ รพ.บ้านนา		ลูกค้าคาดหวัง รพ.บ้านนา	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ไม่สนใจใช้บริการด้านสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือก	ดูแลสุขภาพด้วยตนเองดีอยู่แล้ว	43	18.80	82	22.10
	คิดว่าไม่มีความจำเป็นต่อการดูแลสุขภาพ	9	3.90	38	10.20
	ไม่ชอบลองของใหม่	11	4.80	39	10.50
	ไม่รู้จักการแพทย์ทางเลือก	60	26.20	83	22.40
	คิดว่าการแพทย์แผนปัจจุบันน่าจะเพียงพอ	73	31.90	58	15.60
	คิดว่ามีค่าใช้จ่ายสูง	29	12.70	59	15.90
	อื่นๆ ระบุ	4	1.70	12	3.20

จากตารางที่ 2 เหตุผลสำคัญที่ไม่สนใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา ได้แก่ คิดว่าการแพทย์แผนปัจจุบันน่าจะเพียงพอ (ร้อยละ 31.90) รองลงมา คือ ไม่รู้จักการแพทย์ทางเลือก ดูแลสุขภาพด้วยตนเองดีอยู่แล้ว คิดว่ามีค่าใช้จ่ายสูง ไม่ชอบลองของใหม่ คิดว่าไม่มีความจำเป็นต่อการดูแลสุขภาพ ตามลำดับ

เหตุผลที่ไม่สนใจใช้บริการด้านสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือกของกลุ่มลูกค้าคาดหวัง ได้แก่ ไม่รู้จักการแพทย์ทางเลือก (ร้อยละ 22.40) รองลงมา คือ คิดว่ามีค่าใช้จ่ายสูง คิดว่าการแพทย์แผนปัจจุบันน่าจะเพียงพอ ไม่ชอบลองของใหม่ คิดว่าไม่มีความจำเป็นต่อการดูแลสุขภาพ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร (ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1)

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมด้านสุขภาพของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนากับการตัดสินใจใช้บริการ **พบว่าแผนกที่ใช้บริการ สิทธิการชำระ**ค่ารักษาพยาบาล รูปแบบการดูแลสุขภาพ เหตุผลการใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายที่สามารถจ่ายได้และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยการแพทย์ทางเลือกแตกต่างกัน ส่วนสถานที่ที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมด้านสุขภาพของกลุ่มลูกค้าคาดหวังโรงพยาบาลบ้านนา พบว่าแผนกที่ใช้บริการ สิทธิการชำระค่ารักษาพยาบาล รูปแบบการดูแลสุขภาพ เหตุผลการใช้บริการ สถานที่ที่ใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยการแพทย์ทางเลือกแตกต่างกัน ส่วนค่าใช้จ่ายที่สามารถจ่ายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และทดสอบความแตกต่างของตัวแปรรายคู่ด้วยสถิติ Scheffe สถิติ Bonferroni ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจใช้บริการด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกกับพฤติกรรมด้านสุขภาพของผู้ใช้บริการและลูกค้าคาดหวังภายนอกโรงพยาบาลบ้านนา

	ผู้ใช้บริการ รพ.บ้านนา		ลูกค้าคาดหวัง รพ.บ้านนา	
พฤติกรรมด้านสุขภาพ	**F-test**	**Sig.**	**F-test**	**Sig.**
แผนกที่ใช้บริการ	13.5*	.00	3.98*	.00
สิทธิการชำระค่ารักษาพยาบาล	20.46*	.00	2.56*	.01
รูปแบบการดูแลสุขภาพ	4.92*	.00	9.47*	.00
เหตุผลการใช้บริการ	15.5*	.00	15.5*	.00
สถานที่ที่ใช้บริการ	2.09	.67	2.48*	.02
จำนวนครั้งที่ใช้บริการ	4.49*	.00	4.49*	.00
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	8.31*	.00	8.31*	.00
ค่าใช้จ่ายที่สามารถจ่ายได้	5.7*	.02	1.39	.23
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	7.93*	.00	7.93*	.00

*ระดับนัยสำคัญ $P < 0.05$

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร (ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2)

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยจิตวิทยาของผู้ใช้บริการ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตใส่ใจสุขภาพ ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล แรงจูงใจด้านสุขภาพ ประสบการณ์การใช้บริการ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา ดังข้อมูลในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยของการตัดสินใจใช้บริการด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือก

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β)	t	Sig.	ดัชนีบอกภาวะร่วมเส้นตรงพหุ	
				Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.38	3.09	0.00		
แรงจูงใจด้านสุขภาพ	0.29	4.78	0.00	0.29	3.46
ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล	0.22	4.01	0.00	0.36	2.80
ประสบการณ์การใช้บริการ	0.16	3.39	0.00	0.37	2.72
รูปแบบดำเนินชีวิตใส่ใจสุขภาพ	0.13	2.35	0.02	0.36	2.81

R^2 = 0.74, SEE 0.51, F = 124.55, P* < 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิสระ จำนวน 4 ตัว ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านสุขภาพ ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล ประสบการณ์การใช้บริการรูปแบบดำเนินชีวิตใส่ใจสุขภาพ สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม (การตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกโดยภาพรวม) ได้ร้อยละ 74

ผลการวิเคราะห์สามารถเขียนเป็นสมการเชิงเส้นแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

การตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกโดยภาพรวม = 0.38 + 0.29 แรงจูงใจด้านสุขภาพ 0.22 ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล + 0.16 ประสบการณ์การใช้บริการ + 0.13 รูปแบบดำเนินชีวิตใส่ใจสุขภาพ

ปัจจัยจิตวิทยาของกลุ่มลูกค้าคาดหวัง ได้แก่ ประสบการณ์การใช้บริการ แรงจูงใจด้านสุขภาพ ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล การรับรู้ข้อมูลด้านสุขภาพมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกของลูกค้าคาดหวังภายนอกโรงพยาบาลบ้านนา ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สมการถดถอยของการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกของกลุ่มลูกค้าคาดหวัง

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β)	t	Sig.	ดัชนีบอกภาวะร่วมเส้นตรงพหุ	
				Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.79	6.27	0.00		
แรงจูงใจด้านสุขภาพ	0.29	6.81	0.00	0.41	2.44
ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล	0.20	3.70	0.00	0.35	2.89
ประสบการณ์การใช้บริการ	0.13	2.59	0.01	0.51	1.96
รูปแบบดำเนินชีวิตใส่ใจสุขภาพ	0.10	2.04	0.04	0.41	2.46

R^2 = 0. 43, SEE = 0.43, F = 108.51, P* < 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิสระ จำนวน 4 ตัว ประกอบด้วย ประสบการณ์การใช้บริการ แรงจูงใจด้านสุขภาพ ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล การรับรู้ข้อมูลด้านสุขภาพ สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปร การตัดสินใจใช้บริการด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกได้ร้อยละ 43

ผลการวิเคราะห์สามารถเขียนเป็นสมการเชิงเส้นแสดงความสัมพันธ์ดังนี้

การตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกโดยภาพรวม = 0.79 + 0.29 ประสบการณ์การใช้บริการ + 0.20 แรงจูงใจด้านสุขภาพ + 0.13 ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล + 0.10 การรับรู้ข้อมูลด้านสุขภาพ

ตารางที่ 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามสมมติฐาน ทั้ง 2 ข้อ

	ผู้ใช้บริการโรงพยาบาล		ลูกค้าคาดหวัง	
สมมติฐานการวิจัย	**ยอมรับ**	**ปฏิเสธ**	**ยอมรับ**	**ปฏิเสธ**
H_1 : พฤติกรรมด้านสุขภาพที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการ แตกต่างกัน	✓		✓	
H_2 : ปัจจัยจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือก	✓		✓	

สรุปและอภิปรายผล

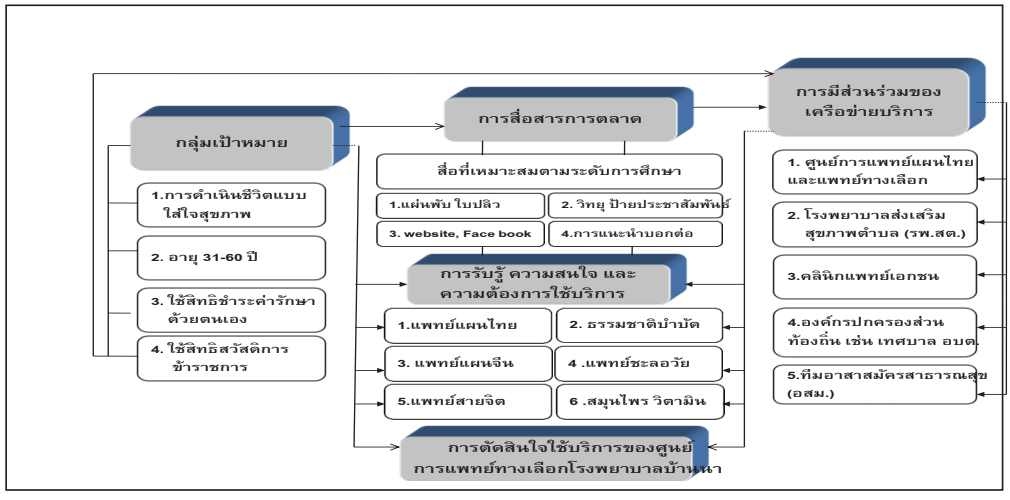
1. ข้อค้นพบที่ว่า พฤติกรรมด้านสุขภาพของผู้ใช้บริการอันประกอบด้วยแผนกที่ใช้บริการ สิทธิการชำระค่ารักษาพยาบาลรูปแบบการดูแลสุขภาพ เหตุผลการใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายที่สามารถจ่ายได้ และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนาแตกต่างกัน เช่นเดียวกับกลุ่มลูกค้าคาดหวังภายนอกโรงพยาบาลบ้านนา ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman and Kanuk [12] ที่กล่าวว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคจะบริโภค เลือกสรร เลือกซื้อ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้ได้รับความพึงพอใจ และประสบการณ์ในอดีตที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ ความต้องการและความสนใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6W 1H ของ Kotler [4] จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านการใช้บริการสุขภาพ [4] ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพชรพรหมศวร และคณะ [9] ที่พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสวงหาบริการด้านสุขภาพของผู้ป่วยที่มารับบริการที่คลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์ คือ ปัจจัยด้านเหตุผลการเลือกคลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์เป็นสถานที่แรกของการรักษา เช่นเดียวกับงานวิจัยของอมร เปรมกมล และคณะ [9] ที่พบว่าประเภทการแพทย์ทางเลือกหรือการแพทย์เสริมที่นิยมใช้ได้แก่ นวดแผนไทย นอกจากนี้ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Russ [15] กล่าวถึงประสบการณ์ในอดีตมีผลต่อการการค้นหาข้อมูลการบริการและการรับรู้ข้อมูลการสื่อสารจากสังคมภายนอก ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้า ความคาดหวังของลูกค้าในการใช้บริการด้านสุขภาพ ผู้ใช้บริการมีความต้องการด้านข้อมูลเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญการรักษาและแพทย์ผู้รักษาและคาดหวังคุณภาพบริการที่สูงนั้นหมายถึงมีประสบการณ์และการรับรู้เกี่ยวกับการแพทย์ทางเลือกจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้การแพทย์ทางเลือกในอนาคต

2. ปัจจัยจิตวิทยาของผู้ใช้บริการได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตใส่ใจสุขภาพ ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล แรงจูงใจด้านสุขภาพ ประสบการณ์การใช้บริการ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการด้วย

วิธีการแพทย์ทางเลือกโดยภาพรวม ในขณะที่ปัจจัยจิตวิทยาของของกลุ่มลูกค้าคาดหวังได้แก่ ประสบการณ์การใช้บริการ แรงจูงใจด้านสุขภาพ ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล การรับรู้ข้อมูลด้านสุขภาพ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกโดยภาพรวม ผลการวิจัยสอดคล้องแนวคิดของ Warlop et al. [13] ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับการรับรู้จากประสบการณ์ในอดีตโดยเฉพาะการรับรู้ประสบการณ์ที่ดีในตราสินค้า อีกทั้งจากการศึกษาของ Gonzalez [14] พบว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคที่รวดเร็วและเด็ดขาดนั้นขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ในประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเยาวภา ปฐมศิริกุล [16] ที่พบว่าปัจจัยจิตวิทยาของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพและโรงพยาบาล รูปแบบการดำเนินชีวิต และประสบการณ์การใช้บริการมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านลูกค้าในการใช้บริการและการแนะนำบอกต่อ และผลงานวิจัยของ Russ [15] ที่พบว่าการรับรู้ข้อมูลการสื่อสารจากสังคมภายนอก ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้การบริการและคุณภาพบริการของลูกค้า โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังแสดงในภาพที่ 2 และภาพที่ 3

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

ผู้บริหารโรงพยาบาล สามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ จากรูปแบบความสัมพันธ์ของพฤติกรรมด้านสุขภาพและปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือก ดังแบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ในภาพที่ 2

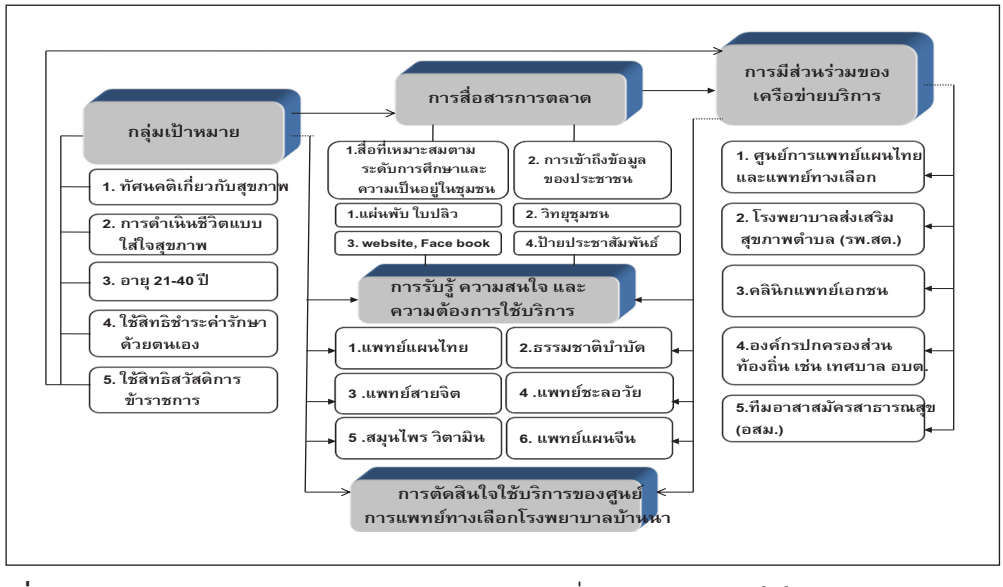


ภาพที่ 2 รูปแบบพฤติกรรมด้านสุขภาพและปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา

จากภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมด้านสุขภาพ การรับรู้ ความต้องการ และปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยแพทย์ทางเลือกของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลบ้านนา สามารถนำมาจัดทำเป็นรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการให้บริการของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกเพื่อให้บรรลุผลด้านความต้องการและการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น ผู้บริหารโรงพยาบาล ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผู้ใช้บริการ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่ใช้สิทธิชำระค่ารักษาพยาบาลด้วยตนเองและสิทธิสวัสดิการข้าราชการ กลุ่มอายุ 31-60 ปี และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพ อย่างไรก็ตามผู้บริหารต้องตระหนักถึงประชาชน

ส่วนมากที่ไม่รู้จักการแพทย์ทางเลือก ให้มีความเชื่อมั่นต่อการรักษาด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือก เพิ่มการรับรู้ข้อมูลการบริการการแพทย์ทางเลือกในรูปแบบต่างๆ ในโรงพยาบาลบ้านนาและโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ได้แก่ แพทย์แผนไทย ธรรมชาติบำบัด แพทย์แผนจีน การชะลอวัย การฝึกสมาธิ การใช้สมุนไพร เป็นต้น โดยจัดระบบการส่งต่อผู้ใช้บริการและการแนะนำจากทีมแพทย์พยาบาล การใช้การสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อแผ่นพับ/ใบปลิว การแนะนำบอกต่อจากเพื่อน/ญาติ ป้ายประชาสัมพันธ์ในโรงพยาบาล บุคลากรของโรงพยาบาล ศูนย์การแพทย์ทางเลือกเพื่อกระตุ้นการรับรู้ ที่สำคัญการจัดทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยการออกแบบสื่อที่เหมาะสมตามระดับการศึกษาเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ความสำคัญสูงสุดของการรับรู้นอกจากนี้การเข้าถึงความเป็นอยู่ในชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงช่วยเสริมการรับรู้และการแนะนำบอกต่อให้เกิดในชุมชนใกล้เคียง สำหรับประชาชนกลุ่มการศึกษาสูง (ระดับปริญญาตรีขึ้นไป) ให้ใช้สื่อทางตรง เช่น จดหมาย สื่อ Website, E-mail, Facebook ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

รูปแบบพฤติกรรมด้านสุขภาพและปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแพทย์ทางเลือกของลูกค้าคาดหวังโรงพยาบาลบ้านนา ดังแบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบพฤติกรรมด้านสุขภาพและปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกของลูกค้าคาดหวังโรงพยาบาลบ้านนา

จากภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมด้านสุขภาพ การรับรู้ ความต้องการ และปัจจัยจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสุขภาพด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกของลูกค้าคาดหวังสามารถนำมาจัดทำเป็นรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการตลาดของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มลูกค้าคาดหวัง ผู้บริหารโรงพยาบาลและศูนย์การแพทย์ทางเลือกควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าคาดหวังที่มีอายุในวัย 21-40 ปี ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพ การรับรู้การแพทย์ทางเลือก สำหรับกลุ่มที่ไม่รู้จักการแพทย์ทางเลือกโรงพยาบาลบ้านนา ควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด โดยใช้สื่อ แผ่นพับ ใบปลิว สื่อวิทยุ ป้ายประชาสัมพันธ์ภายนอก

ในโรงพยาบาลในพื้นที่เป้าหมาย เช่น อำเภอเมือง อำเภอปากพลี อำเภอองครักษ์ เป็นต้น การจัดกิจกรรมและโครงการต่างๆ โดยผ่านเสียงตามสายจากในพื้นที่ท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์ที่ให้ความรู้การดูแลสุขภาพด้ายวิธีการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกแก่ประชาชน ควรออกให้บริการประชาชนในวาระสำคัญต่างๆ ร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เทศบาล อบต. เพื่อให้ความรู้กับประชาชน และทางเลือกการดูแลสุขภาพด้วยการแพทย์ทางเลือกให้ทั่วถึง โรงพยาบาลบ้านนาจะต้องมีการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก และประเมินการรับรู้การบริการสุขภาพแบบการแพทย์ทางเลือกของกลุ่มเป้าหมายประชาชนในชุมชน ในแต่ละระยะของโครงการฯ เพื่อสะท้อนภาพผลสัมฤทธิ์การบริหารจัดการอันจะนำไปสู่การกำหนดแผนกลยุทธ์ วิธีปฏิบัติในการนำยุทธศาสตร์การพัฒนาตามนโยบายการบริการการแพทย์ทางเลือกให้ประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงและพื้นที่รอบนอกที่มีความสนใจใช้บริการการแพทย์ทางเลือก

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์การแพทย์ทางเลือก เช่น ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการ มิติคุณภาพการบริการของศูนย์การแพทย์ทางเลือก เพื่อนำข้อมูลมาประเมินคุณภาพบริการ การพัฒนาการบริการแบบ One Stop Service

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย และโรงพยาบาลบ้านนาที่ให้ความไว้วางใจในการคัดเลือกมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียเป็นผู้ดำเนินงานการวิจัย และให้ความอนุเคราะห์ด้านข้อมูลการบริหารและการบริการของศูนย์การแผนแพทย์ไทยและการแพทย์ทางเลือก

เอกสารอ้างอิง

[1] Payyappallimana U. (2010). Role of Traditional Medicine in Primary Health Care : An Overview of Perspectives and Challenges. Yokohama. *Journal of Social Sciences*. 14(6): 58-75.

[2] สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์. (2555). *แผนพัฒนาสาธารณสุขแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)*. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. กรุงเทพฯ: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระราชูปถัมภ์. หน้า 27.

[3] Chokevivat, V. and Chuthaputti, A. (2005). The Role of Thai Traditional Medicine in Health Promotion. Department for the Development of Thai Traditional and Alternative Medicine. Ministry of Public Health Thailand. *Manuscript submitted to the international conference on 6GCHP Bangkok Thailand 2005,* 7-11 August, 2005.

[4] Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. 10th ed. New Jersy: Prentice Hall.

[5] Kotler, P. and Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*. 11th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

[6] Kotler P. and Keller K.L. (2006). *Marketing Management*. 12th ed. New Jersey: Pearson International.

[7] Kotler P. and Keller K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. New Jersey: Pearson International Edition, Inc., pp. 19-20.

[8] Blackwell S.A., Szeinbach S.L., Barnes J.H., Garner D.W. and Bush V. (1999). The Antecedents of Customer Loyalty An Empirical Investigation of the Role of Personal and Situational Aspects on Repurchase Decisions. *Journal of Service Research*. 1(4): 62-375.

[9] พชรมน พรหมศวร; และ ปิยธิดา คูหิรัญญรัตน์. (2554). สัดส่วนและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสวงหาบริการด้านสุขภาพของผู้ป่วยที่มารับบริการที่คลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์ คณะแพทย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคามเป็นลำดับแรก. รายงานการประชุมวิชาการครั้งที่ 27. *Srinagarind Med Journal.* 26(Supplement): 236-239.

[10] อมร เปรมกมล; ศรีน้อย มาศเกษม; สุภาวดี จุฑากฤษดา; มณฑล เมฆอนันตธวัช; ศรีสมพร ปรีเปรม; และ เทวัญ ธานีรัตน์. (2554, มกราคม–เมษายน). สถานการณ์การใช้การแพทย์ทางเลือกของประชาชนเขตเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2552. *วารสารสำนักการแพทย์ทางเลือก*. 4(1): 38-48.

[11] ภรณี เภสัชชะ. (2547). *การแพทย์ทางเลือกในสังคมไทย: กรณีศึกษา ศูนย์ธรรมชาติบำบัดบัลวี* วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (วัฒนธรรมศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

[12] Schiffman L.G. and Kanuk, L.L. (2010). *Customer Behavior*. 10th ed. New Jersy: Prentice Hall.

[13] Warlop L. Ratneshwar, S., van Osselaer, and S.M.J. (2005). Distinctive brand cues and memory for product consumption experiences. Intern. *Journal of Research in Marketing*. 22: 27-44.

[14] Gonzalez, C. (2005). Decision support for real-time, dynamic decision-making tasks. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, pp. 96, 142-154.

[15] Russ, K.R. (2006). *Dissertation "Consumer expectation formation in health Care services : A psycho-social model*. Louisiana State University and Agricultural & Mechanical College.

[16] เยาวภา ปฐมศิริกุล. (2553, เมษายน-มิถุนายน). กลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.* (126): 57-74.

[17] รักษ์เกียรติ จิรันธร; ณรงค์ศักดิ์ สิงห์ไพบูลย์พร; จิราพร คำแก้ว; บุษรา ผุดผาด; และ ปัญจเรศ อุยสุย. (2554). *การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการการแพทย์แผนไทย:กรณีศึกษางานแพทย์แผนไทย.* ศูนย์สุขภาพชุมชนเมืองสงขลา โรงพยาบาลสงขลา จังหวัดสงขลา.

[18] Barnes P.M., Bloom B. and Nahin R.L. (2008). Complementary and Alternative Medicine Use Among Adults and Children: United States, 2007. *National Health Statistics Reports.* Number 12, December 10, 2008.

[19] Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing*. 5th ed. New York: Harper Collins.