

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การทำศัลยกรรมในอดีตนั้น เดิมเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการผ่าตัดรักษาซ่อมแซมความพิการในอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกายที่ผิดปกติไปทางเชิงรูปร่าง พิการแต่กำเนิด หรือคิดเชื่อจากการเกิดอุบัติเหตุซึ่งทำให้อวัยวะมีรูปร่างผิดไปจากปกติ เช่น ปากแหว่ง เพดานโหว่ รูปร่างอวัยวะพิการ ทำให้ผู้ป่วยอยู่ภายใต้ความเจ็บปวดและทุกข์ทรมานใจ การศัลยกรรมจึงเป็นการรักษาผู้ป่วยให้มีสภาพร่างกายกลับมาเป็นปกติและสามารถใช้ชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข (สมาคมศัลยกรรมและเวชศาสตร์เพื่อการเสริมสวยประเทศไทย, 2546 : ออนไลน์)

แต่ในปัจจุบันการทำศัลยกรรมได้กลายมาเป็นที่นิยมมากในประเทศไทย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ รวมไปถึงความเจริญทางด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ และอีกทั้งสังคมไทยก็มีการยอมรับเรื่องการศัลยกรรมมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันนี้การศัลยกรรมส่วนใหญ่ไม่ได้ทำเพื่อแก้ไขความผิดปกติมาแต่กำเนิด หรือเกิดจากอุบัติเหตุดังเช่นในอดีตเท่านั้น แต่เป็นการที่ผู้ป่วยยินยอมผ่าตัดเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องหรือจุดด้อยของร่างกายเพื่อความสวยงาม เช่น การเสริมจมูก การทำตาสองชั้น การเสริมหน้าอก เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง อีกทั้งอาชีพต่างๆ ในปัจจุบันต้องอาศัยรูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพเป็นสำคัญ เช่น นักร้อง นักแสดง นายแบบ นางแบบ แม้แต่อาชีพทั่วไป เช่น พนักงานขาย พนักงานต้อนรับ บริษัทบางแห่งก็คัดเลือกพนักงานโดยพิจารณารูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพเช่นกัน (กรมการจัดหางาน, 2547 : ออนไลน์) แสดงให้เห็นว่าการทำศัลยกรรมเพื่อรักษาซ่อมแซมความพิการในอดีตนั้นปัจจุบันได้กลายมาเป็นการศัลยกรรมเพื่อความสวยงาม และกำลังเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในสังคมไทย

ในปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวกับการศัลยกรรมความงามมีการแข่งขันสูง โดยในปี 2553 มูลค่าตลาดธุรกิจศัลยกรรมตกแต่งความงามและผิวพรรณ เติบโตขึ้นจากปี 2552 ถึง 17-18 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นมูลค่าตลาดประมาณ 11,000 ล้านบาท (ผู้จัดการ, 2554 : ออนไลน์) แม้แต่ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองหลวงของภาคเหนือที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นศูนย์กลางการศึกษา, ธุรกิจ, ศูนย์ราชการ และการท่องเที่ยว มีผู้อยู่อาศัยกว่า 1.6 ล้านคน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2552 : ออนไลน์) ก็มีการขยายตัวในธุรกิจประเภทนี้เป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากจำนวนคลินิกศัลยกรรมในเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งคลินิกท้องถิ่น และคลินิกชื่อดังต่างก็ขยายสาขามาเปิดที่เชียงใหม่เป็นจำนวนมาก

ปัจจุบันมีคลินิกเสริมความงามเอกชนต่างๆ ที่เปิดให้บริการอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มากถึง 100 แห่ง (วิสุทธิ์ กมลทิพย์, 2553 : 5) พร้อมทั้งข้อมูลของสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในปี 2549 – 2552 มีคลินิกเสริมความงามประเภทเวชกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 5 - 8 แห่ง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2553 : ออนไลน์) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย

ปัจจุบันรายชื่อแพทย์ไทยที่ผ่านการรับรองจากสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทยนั้นมีเพียง 269 ท่าน และมีสถานประกอบการที่มีศัลยแพทย์ตกแต่งให้บริการอยู่ทั้งสิ้นเพียงแค่ 191 แห่งทั่วประเทศ โดยในจังหวัดเชียงใหม่ คลินิกที่มีศัลยแพทย์ที่ได้รับการรับรองจากสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทยมีอยู่เพียงจำนวน 8 แห่งเท่านั้น ซึ่งรวมไปถึงเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิกของนายแพทย์ชาติ พรหมโชติด้วย (Surgery Thailand, 2012 : ออนไลน์)

เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก ได้เปิดให้บริการด้านการศัลยกรรมตกแต่งเพื่อความสวยงาม และดำเนินกิจการในจังหวัดเชียงใหม่มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยนายแพทย์ชาติ พรหมโชติ (ชื่อปัจจุบัน นายแพทย์ธัญพัช ปุญญพัฒน์วโรตติ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอเรียกชื่อเดิมคือ นายแพทย์ชาติ พรหมโชติ เนื่องจากชื่อเดิมคือชื่อที่เป็นสมาชิกอยู่ในสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย) นายแพทย์ชาติจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยมหิดล สาขาศัลยกรรมตกแต่ง โรงพยาบาลรามาธิบดี ปัจจุบันเป็นนายแพทย์ผู้เชี่ยวชาญสูงสุดระดับ 9 (ศัลยกรรมตกแต่ง) สังกัดกระทรวงสาธารณสุข และในปี พ.ศ. 2542 นายแพทย์ชาติ พรหมโชติ ได้รับเกียรติให้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในศัลยกรรมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญโดยการรับรองของสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย ปัจจุบันเชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก ได้เปิดให้บริการศัลยกรรมหลายประเภท โดยจำแนกตามประเภทการศัลยกรรมทั้งสิ้น 9 ประเภท ดังนี้ ศัลยกรรมเปลือกตา (Eyelid Surgery), ศัลยกรรมจมูก (Rhinoplasty), การผ่าตัดดึงหน้า (Facelift), ศัลยกรรมเต้านม (Breast Surgery), ดูดไขมัน (Liposuction), การผ่าตัดหน้าท้อง (Abdominoplasty/ Tummy Tuck), แผลเป็น (Scar), รอยโรคที่ผิวหนัง (Skin Lesions) เช่น ซิสต์หรือก้อน และ การศัลยกรรมตกแต่งอื่นๆ ที่ไม่อยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Miscellaneous) เช่น แปลงเพศ ตัดกราม สไลด์ขากรรไกร แก้มย่นเห็นเหงือก แก้มหู กางรีแพร์ ขูดอวัยวะเพศที่ได้รับการฉีดยา เป็นต้น (สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย, 2543 : ออนไลน์)

เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิกตั้งสถานประกอบการบนถนนราชดำเนิน ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยประกอบไปด้วยนายแพทย์ 1 ท่าน คือ นายแพทย์ชาติ พรหมโชติ, ทีมผู้ช่วยแพทย์, ฝ่ายการตลาด, ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่การเงิน โดยในปี 2554 มีจำนวนลูกค้าที่เข้ารับบริการทั้งสิ้นจำนวน 1,680 ราย (เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก, 2555 : แฟ้มเวชระเบียน) ทำให้นายแพทย์ชาติ พรหมโชติ มีโครงการที่จะพัฒนาเชียงใหม่ศัลยกรรมความ

งามคลินิกให้เป็นโรงพยาบาลขนาดเล็กสำหรับการคัดสรรคนกแต่งความงามเพื่อรองรับลูกค้าในอนาคต และจากการสัมภาษณ์ลูกค้าผู้ใช้บริการที่เชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิก พบว่าเชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิกยังมีส่วนที่ต้องพัฒนา และปรับปรุงอีกหลายด้านเพื่อให้สามารถแข่งขันกับสถานให้บริการคัดสรรคนกแต่งความงามแห่งอื่นได้ เช่น ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นต้น (สาคุน พุทธพันธ์, ลูกค้าที่ใช้บริการเชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิก, 2555 : สัมภาษณ์) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนขยายกิจการ พัฒนางานบริการ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของเชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนขยายกิจการ พัฒนางานบริการ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของเชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิกเพื่อให้ตอบสนองได้ตรงกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังอันเกิดจากการเปรียบเทียบหรือการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์และบริการกับความคาดหวัง จะเห็นได้ว่าจุดสำคัญคือ การปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวังของลูกค้า ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ ถ้าปฏิบัติงานได้ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า หรือการปฏิบัติงานสูงเกินความคาดหวัง ลูกค้าก็จะพอใจ โดยวัดจากระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ลูกค้า หมายถึง ผู้รับบริการเสริมความงามจากเชียงใหม่คัดสรรความงามคลินิก อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในช่วงปี 2554

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ศัลยกรรมความงาม หมายถึง การรักษาโดยวิธีผ่าตัดหรือทำหัตถการใดๆ ของแพทย์ต่อบุคคลที่มีความปกติ เพื่อให้เกิดความสวยงามของใบหน้า ผิวพรรณ ตลอดจนสัดส่วนของร่างกายให้ดีขึ้นมากกว่าเดิม และเป็นที่พึงพอใจต่อบุคคลผู้นั้น

เชียงใหม่ศัลยกรรมความงามคลินิก หมายถึง คลินิกที่ให้บริการเสริมความงามโดยวิธีผ่าตัดหรือทำหัตถการใดๆ ของแพทย์ต่อบุคคลที่มีความปกติ เพื่อให้เกิดความสวยงามของใบหน้า ผิวพรรณ ตลอดจนสัดส่วนของร่างกายให้ดีขึ้นมากกว่าเดิม และเป็นที่พึงพอใจต่อบุคคลผู้นั้น ไม่รับผู้ป่วยเพื่อรักษาตัวค้างคืน สถานประกอบการตั้งอยู่ที่ 141/2 ถนนราชดำเนิน ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ 50200