

การศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาสยดา
ในผู้ที่สยดาผิดปกติในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ.2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
การศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหายาเสพติด
ในผู้ที่สายตามืดปกติในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2558



นางนงนุช วิภาตกุล

นางสาวพรหมกมล วิทราพล

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พ้องภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชรา รุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ สันตะมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.รวิน ระวิวงศ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและเสนอแนะแนวทางในการศึกษาตลอดจนตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนคณาจารย์ที่วิทยาลัยการจัดการมิดล ทุกคนที่ได้ประสิทธิประสาทความรู้ทางทฤษฎี และถ่ายทอดประสบการณ์ในทางปฏิบัติ จนทำให้ผู้เขียนมีความรู้และความเข้าใจในแนวทางการทำวิจัย และทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างลุล่วงด้วยดีและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบสารนิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์

อนึ่งผู้เขียนมีความสำนึกในพระคุณของคณาจารย์ทุกท่าน ที่เคยอบรมสั่งสอนวิทยาการต่างๆ ให้กับผู้เขียน และขอสำนึกในพระคุณของ บิดา มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ทุกคนใน BM รุ่น 16A ที่ได้ให้การสนับสนุนและกำลังใจแก่ผู้เขียน จนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

พรหมภัสสร วีรศราพงศ์

การศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาสายตาในผู้ที่สายตาผิดปกติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

BEHAVIOR, OPINION AND THE DETERMINANT OF CORRECTING REFRACTIVE ERROR: EVIDENCE FROM BANGKOK

พรหมภัสสร วีรศราพงศ์ 5650015

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒน ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลิศ รุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาสายตาในผู้ที่สายตาผิดปกติในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่แก้ไขปัญหามองสายตาสั้นผิดปกติด้วยการทำเลสิก 10 ราย กลุ่มตัวอย่างที่แก้ไขปัญหามองสายตาสั้นผิดปกติด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ 10 ราย และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก 1 ราย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ มีการขออนุญาตฉบับบันทึกภาคสนามและบันทึกเทป

ผลวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ตัดสินใจทำเลสิกเนื่องจากไม่สะดวกในการทำกิจกรรมต่างๆ และการใส่แว่นทำให้เสียบุคลิก โดยมักหาข้อมูลจากการแนะนำบอกต่อและอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ให้ความสำคัญที่ความเชี่ยวชาญและชื่อเสียงของแพทย์เป็นหลักเท่ากับเรื่องราคา โดยข้อเสนอแนะส่วนใหญ่อยากให้แก้ปัญหาในเรื่องการรอคิวและแพทย์ควรให้ข้อมูลเรื่องผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นแก่ผู้ป่วยให้ชัดเจน ในขณะที่กลุ่มที่ใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ส่วนใหญ่ไม่ตัดสินใจทำเนื่องจากกลัวผลข้างเคียงและรู้สึกว่าการทำเลสิกไม่สามารถให้สายตากลับมาปกติได้ถาวร

คำสำคัญ : เลสิก/ภาวะสายตาผิดปกติ/คอนแทคเลนส์/LASIK/สายตาสั้น

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	15
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	15
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	16
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	16
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
3.5 ขั้นตอนการวิจัย	17
บทที่ 4 ผลการวิจัย	19
4.1 กลุ่มตัวอย่างที่แก้ไขปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก	19
4.2 กลุ่มตัวอย่างที่แก้ไขปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์	24
4.3 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก	28
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	29
5.1 สรุปผลการวิจัย	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	31
5.3 ข้อเสนอแนะ	32
บรรณานุกรม	34
ประวัติผู้วิจัย	36



สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	13
3.1 ขั้นตอนการวิจัย	18



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาวะสายตาสั้นผิดปกติ ซึ่งได้แก่ สายตาสั้น (Near-sightedness หรือ Myopia) สายตาเอียง (Astigmatism) สายตายาว (Presbyopia) เป็นภาวะที่สามารถเกิดได้ในคนทั่วไป ภาวะสายตาสั้นผิดปกติเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุ ทั้งจากทางพันธุกรรม การปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดปัญหาสายตา โดยในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระบุว่า ผู้ที่มีภาวะสายตาสั้นผิดปกติ ในปัจจุบันมีจำนวนถึงไม่ต่ำกว่า 6 ล้านคน ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากอดีตเป็น 3 เท่า ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมด เนื่องจากรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบันส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอยู่น้ำจอคอมพิวเตอร์ การเล่นเกม และสมาร์ทโฟนเป็นระยะเวลานาน ปัญหาสายตาสั้นผิดปกติต่างๆ อาจดูไม่ใช่เรื่องรุนแรงถึงชีวิต แต่ก่อให้เกิดปัญหาในการดำรงชีวิตประจำวัน ปัญหาการเรียน การทำงานได้ไม่มีประสิทธิภาพ เพิ่มความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุต่างๆ รวมทั้งยังส่งผลให้คุณภาพชีวิตแย่ลง ถ้าไม่ได้รับดูแลรักษาที่เหมาะสม

การแก้ไขภาวะสายตาสั้นผิดปกติในปัจจุบัน มีอยู่ 3 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ การใส่แว่น การใส่คอนแทคเลนส์ และการผ่าตัดแก้ไขสายตาสั้นหรือที่เรียกว่าเลสิก (Lasik) ซึ่งโดยในปัจจุบันพบว่า คนเริ่มหันมานิยมหันมาทำการแก้ไขสายตาสั้นผิดปกติด้วยวิธีการผ่าตัดเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องการแก้ไขปัญหามองเห็น หรือต้องการลดความยุ่งยากและอาการแพ้จากการใส่คอนแทคเลนส์ รวมไปถึงเพื่อความสวยงาม และเพื่อสร้างเสริมบุคลิกภาพที่ดี และในปัจจุบันพบว่าคนไทยแก้ไขปัญหสายตาสั้นด้วยวิธีเลสิกแล้ว ประมาณ 1-2 แสนคน ซึ่งถือว่ายังน้อยมากเมื่อเทียบกับคนไทยซึ่งมีปัญหสายตาสั้นไม่ต่ำกว่า 6 ล้านคน และยังถือว่าเป็นโอกาสที่จะสามารถขยายฐานตลาดการทำเลสิกไปได้อีกมากในอนาคต

แม้การทำเลสิกเข้าสู่ตลาดเมืองไทย ได้กว่าสิบปีแล้ว และมีผู้คนที่ให้บริการหลายราย แต่หากให้ตัวเลขตลาดออกมาเป็นตัวเลขอาจเป็นเรื่องยาก เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดเก็บข้อมูลอย่างเป็นทางการเป็นจิง แต่ นพ.อนันต์ วงศ์ทองศรี ผู้อำนวยการฝ่ายการแพทย์ 'ศูนย์รักษาสายตา เลเซอร์ วิชั่น' ในฐานะที่คร่ำหวอดอยู่ในวงการมากกว่า 13 ปี ประเมินว่า ตลาดการทำเลสิกน่าจะมีมูลค่าประมาณ 400-500 ล้านบาท จากพฤติกรรมการทำร้ายสายตาที่เพิ่มขึ้นทุกวันทั้งของเด็กรุ่นใหม่ และ

คนทำงานออฟฟิศ จึงทำให้มีผู้เล่นรายใหม่เข้าสู่ตลาดนี้มากขึ้น ทั้งโรงพยาบาลของรัฐบาล ผู้เล่นเอกชนรายใหม่ รวมถึงผู้เล่นเอกชนรายเดิมๆ ที่ขยายศูนย์การให้บริการออกไปทั้งรูปแบบที่อยู่ในโรงพยาบาล หรือแบบสแตนด์อะโลน คิดเป็นตัวเลขถึงกว่า 40 แห่ง ซึ่งในแต่ละปียังมีตัวเลขการเปิดศูนย์เพิ่มขึ้นอีก 1-2 แห่ง ทำให้ตลาดเลสิกมีอัตราการเติบโต 10-15% ต่อปี จากการขยายตัวของศูนย์เลสิกที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการรับบริการรักษามากขึ้น ซึ่งยังไม่ได้นับรวมถึงแนวทางแก้ไขปัญหายาสาตาผิดปกติแนวทางอื่น ทั้งการใส่แว่นหรือคอนแทกเลนส์ ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเป็นทางเลือก จากความรุนแรงในการแข่งขันทั้งจากคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม การทราบและเข้าใจถึงพฤติกรรมความคิดเห็นของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่ใช้เพื่อเป็นแนวทางให้ศูนย์เลสิกมาพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ต่างๆ และประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม ของกลุ่มคนสายตาสายผิดปกติที่ตัดสินใจแก้ปัญหาสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) และกลุ่มคนที่ตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยวิธีการใส่แว่นและคอนแทกเลนส์
2. เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกวิธีการในการแก้ปัญหาสายตาของผู้ที่มีสายตาสายผิดปกติ
3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและทัศนคติของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก ที่มีปัญหาด้านสายตา ต่อการทำเลสิก

1.3 ขอบเขตในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวิธีการแก้ปัญหาสายตาในผู้ที่สายตาสายผิดปกติ และพฤติกรรมและทัศนคติของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก ต่อการทำเลสิกสำหรับคนไข้และตนเอง ในเขตกรุงเทพมหานคร โดย

การเลือกผู้ให้ข้อมูล (Key informant) ซึ่งจะขอเรียกว่า “กลุ่มตัวอย่าง” ในรายงานนี้ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยการเลือกเวลาที่เหมาะสม นัดหมายแล้วเดินเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในขณะเวลานั้น ได้ผู้ให้ข้อมูลดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่แก้ปัญหาคายตาผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก(Lasik) จำนวน 10 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่เลือกแก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ จำนวน 10 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก จำนวน 1 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection)

การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data collection) ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal interview) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 1 ท่าน ใช้เวลาประมาณ 20 นาที มีการขออนุญาตจดบันทึกภาคสนาม (Fieldnote) และบันทึกเทป ตัวอย่างประเด็นสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

สำหรับกลุ่มที่ทำเลสิก (Lasik)

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้
2. รายละเอียดความผิดปกติทางสายตา ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต
3. เริ่มทำเลสิก(Lasik) ตั้งแต่เมื่อไร สถานที่ใด และเหตุผลที่เลือกทำเลสิก(Lasik)
4. ความรู้และความคิดเห็นต่อการทำเลสิก(Lasik) และแหล่งที่ใช้หาข้อมูล
5. ปัจจัยที่สำคัญที่ในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik)
6. โพรโมชันมีผลหรือไม่กับการตัดสินใจทำเลสิก (Lasik)
7. ความพึงพอใจหลังทำเลสิก (Lasik) และข้อเสนอแนะ
8. มั่นใจที่จะแนะนำต่อคนรอบข้างให้ทำเลสิกหรือไม่

สำหรับกลุ่มที่ใส่แว่น และ คอนแทคเลนส์

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้
2. รายละเอียดความผิดปกติทางสายตา ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต
3. เหตุผลที่เลือกใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ ปัญหาที่เกิดจากการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์
4. ความรู้และความคิดเห็นต่อการทำเลสิก(Lasik) และมีแนวคิดที่จะทำเลสิก(Lasik) ในอนาคตหรือไม่
5. กรณี ถ้ามีแนวคิดจะทำเลสิก(Lasik) ในอนาคต อะไรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik)

6. กรณี ถ้าไม่มีแนวคิดในการทำเลสิก(Lasik) ในอนาคต อะไรเป็นสาเหตุที่ไม่เลือก
ทำเลสิก(Lasik)
7. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
สำหรับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก
1. แนวความคิดของแพทย์ต่อการทำเลสิก (Lasik) ข้อดี ข้อเสีย แนวโน้มในอนาคต
2. การแนะนำให้ผู้ที่ปัญหาสายตาให้ทำเลสิก ใส่แว่น หรือคอนแทคเลนส์ จะแนะนำ
โดยพิจารณาจากอะไรเป็นหลัก
3. ส่วนใหญ่ผู้ที่มีปัญหาสายตาที่ตัดสินใจทำเลสิกเป็นชนกลุ่มใด
4. คิดว่าส่วนใหญ่อะไรเป็นปัจจัยหลักที่ผู้ที่มีปัญหาสายตาตัดสินใจทำเลสิก และอะไร
เป็นสิ่งที่ผู้ทำเลสิกกังวลมากที่สุด
5. คำถามที่มักพบผู้ทำเลสิกถามอยู่เป็นประจำ
6. คิดอย่างไรที่เห็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิกที่มีปัญหาสายตาแต่กลับเลือกแก้ปัญหา
ด้วยการใส่คอนแทคเลนส์หรือใส่แว่น
7. ในอนาคตที่ศูนย์เลสิกมีเปิดเพิ่มขึ้นมากมาย คิดว่าอะไรเป็นกลยุทธ์หลักที่ทำให้คน
เลือกสถานที่ในการทำเลสิก
8. แนวโน้มการพัฒนาการทำเลสิกในอนาคต

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบและเข้าใจพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัจจัยที่ใช้เลือกวิธีในการแก้ปัญหา
สายตาของผู้มีปัญหาสายตาผิดปกติ เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการให้
คำปรึกษาแนะนำแก่ ศูนย์เลสิก และ Potential Customer ทางการตลาดในการทำโปรโมชั่น การ
สื่อสารประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมและตรงจุด รวมถึงยังสามารถนำข้อมูลที่ได้
ไปปรับปรุงรูปแบบการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ที่ใช้บริการอย่างแท้จริง เพื่อให้เกิด
ความมั่นใจในการใช้บริการ และเป็นการขยายตลาดเลสิกต่อไปในอนาคต

นิยามศัพท์เฉพาะ

เลสิก(Lasik : Laser-assisted in situ Keratomileusis) คือ การผ่าตัดแก้ไขภาวะสายตา
ผิดปกติโดยใช้เลเซอร์ชนิดหนึ่งเรียกว่า "เอ็กไซเมอร์เลเซอร์" (Excimer Laser) ซึ่งเป็นเลเซอร์

ความยาวคลื่นสั้นในระดับอัลตราไวโอเลต (193 nm.) เป็นแสงเลเซอร์แบบเย็น ซึ่งจะทำปฏิกิริยา กับพื้นที่ผิว สัมผัสเท่านั้น ไม่กระจายไปด้านข้างหรือผ่านทะลุเข้าไปภายในลูกตา แต่อย่างใด โดย จะใช้ร่วมกับเครื่องมือแยกชั้นกระจกตาที่เรียกว่า **"ไมโครเคอราโทม" (Microker-atome)** ซึ่งจะใช้แยกชั้นของกระจกตา ออกประมาณ 1 ใน 3 ของความหนา ของ ความหนา ของกระจกตา ทั้งหมด แล้วยิงเลเซอร์ ไปที่เนื้อ กระจกตาทั้งหมดแล้วยิงเลเซอร์ที่เนื้อกระจกตาชั้น กลางเพื่อปรับเปลี่ยนความโค้ง แล้วจึงปิดกระจกตาลงกลับลงไป โดยไม่ต้องเย็บ กระจกตาสามารถสมานติดกันเองตามธรรมชาติ ทั้งหมดนี้ รวมเป็นการผ่าตัดที่เรียกว่า **"เลเซอร์ อิน-สytu เคอราโตมิไลซิส" (Laser In- situ Kerato-mileusis) หรือ เลสิก (Lasik)** ซึ่งเป็นวิธีการรักษา สายตาผิดปกติ ที่แน่นอนและแม่นยำ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ภาวะสายตาผิดปกติ (Refractive errors หรือ Ametropia)

เป็นผลของการรวมแสง (Refractive power) ของตา ที่โฟกัสผ่านกระจกตา (Cornea) และเลนส์แก้วตา (Crystalline Lens) ไม่พอดีกับความยาวลูกตา เป็นผลให้การรวมแสงของตาดกไม่พอดีที่จอประสาทตา(Retina) สายตาปกติ เกิดภาวะสายตาผิดปกติ (Refractive errors หรือ Ametropia) ซึ่งอาจแยกประเภทได้ดังนี้

1. สายตาสั้น (Near-sightedness หรือ Myopia) สายตาสั้นเกิดจากการกำลังการรวมแสงของตามากเกินไป เมื่อเทียบกับความยาวของลูกตา อาจเกิดจากการที่กระจกตาโค้งมากเกินไป หรือขนาดลูกตาวาวเกินไป เมื่อมองวัตถุที่อยู่ไกลแสงรวมก่อนถึงจอประสาทตา ทำให้มองเห็นวัตถุที่อยู่ไกลไม่ชัดเจน ในทางตรงกันข้ามแสงจากวัตถุที่อยู่ใกล้รวมใกล้จอประสาทตา ทำให้มองเห็นวัตถุที่อยู่ใกล้ได้ชัดเจนกว่า ผู้ที่มีสายตาสั้นสามารถมองใกล้ได้ชัดกว่ามองไกล การแก้ไขปัญหายสายตาสั้นสามารถทำได้โดยใช้เลนส์เว้าช่วยลดกำลังการรวมแสงที่มีมากเกินไปเพื่อให้สามารถมองไกลได้ดี

2. สายตายาวโดยกำเนิด (Far-sightedness, Hypermetropia หรือ Hyperopia) สายตายาวโดยกำเนิด เกิดจากการกำลังการรวมแสงของตาน้อยเกินไป เมื่อเทียบกับความยาวของลูกตา อาจเกิดจากการที่กระจกตาแบนเกินไป หรือขนาดลูกตาสั้นไป แสงถึงจอประสาทตารวมเป็นจุดภาพจะไม่ชัดทั้งใกล้และไกล ผู้ที่มีสายตายาวโดยกำเนิดเล็กน้อย สามารถมองไกลได้ดี แต่เมื่อมีอายุมากขึ้น หรือมีการเพ่งอาจทำให้เกิดอาการปวดศีรษะหรือตาล้าได้ และสูญเสียการมองไกลทำให้มองไกลไม่ชัดเจน การแก้ไขภาวะสายตายาวโดยกำเนิด สามารถทำได้โดยใช้เลนส์นูนเพิ่มกำลังการรวมแสงเพื่อให้สามารถมองเห็นได้ดี

3. สายตาเอียง (Astigmatism) สายตาเอียงเกิดจากการกำลังการรวมแสงของตาในแนวต่างๆ ไม่เท่ากัน มักเกิดจากกระจกตาไม่กลม เปรียบได้กับผิวความโค้งด้านข้างของไข่ไก่ หรือลูกฟุตบอล ภาวะนี้มักเกิดร่วมกับภาวะสายตาสั้นหรือยาวโดยกำเนิด ทำให้เห็นภาพซ้อน ผู้ที่มีสายตาสั้นร่วมกับสายตาเอียง จะยังคงมองใกล้ได้ดีกว่ามองไกล แต่ภาพที่เห็นจะไม่ชัดเจนแม้ว่าจะใกล้ก็

ตาม การแก้ไขสายตาเอียงโดยการใส่แว่นสายตา จะต้องใช้เลนส์ชนิดพิเศษเรียกว่า cylindrical lens เพื่อใช้ปรับกำลังการรวมแสงที่แตกต่างกันในระนาบใกล้และไกล

4. สายตาวายตามอายุ (Presbyopia) เมื่อมีอายุ 38 ปี คนทั่วไปซึ่งเคยมองเห็นได้ดีทั้งใกล้และไกล โดยไม่ต้องใส่แว่น จะเริ่มสังเกตว่าการมองใกล้เริ่มเป็นปัญหาสายตาวายตามอายุ เกิดจากความเสื่อมของกล้ามเนื้อตาที่ใช้ในการมองใกล้ ซึ่งต่างจากสายตาวายโดยกำเนิดตรงที่ สายตาวายตามอายุจะมีปัญหาในการมองใกล้เท่านั้น ส่วนสายตาวายโดยกำเนิดจะมีปัญหาทั้งการมองใกล้และมองไกล เพราะฉะนั้นผู้ที่มีทั้งสายตาวายโดยกำเนิดและสายตาวายตามอายุ จำเป็นต้องใส่แว่นเพื่อใช้มองทั้งใกล้และไกล

การแก้ไขปัญหาสายตาผิดปกติ

วิธีการที่จะทำให้ผู้มีสายตาผิดปกติ สามารถมองเห็นได้ชัดเจนขึ้น โดยทั่วไปใช้วิธีการแก้ไขกำลังการรวมแสง หลักการใหญ่ๆ คือ ลดกำลังการรวมแสงของตาในผู้ที่มีสายตาสั้น และเพิ่มกำลังการรวมแสงของตาในผู้ที่มีสายตาวายโดยกำเนิด

1. แว่นสายตา (Spectacle) เป็นวิธีที่ใช้แพร่หลายที่สุด แต่ในขณะเดียวกันมีคนจำนวนมากที่ไม่สามารถใส่แว่นในการแก้ไขปัญหาสายตา ด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน เช่น ในผู้ที่มีสายตาแตกต่างกันมากในแต่ละตา มีความจำเป็นในการประกอบอาชีพ หรือเล่นกีฬา เป็นต้น

2. คอนแทคเลนส์ (Contact lens) เป็นอีกทางเลือกที่นิยมกัน อย่างไรก็ตามผู้ที่ใส่คอนแทคเลนส์ จะต้องเพิ่มความระมัดระวังในการรักษาความสะอาด เพื่อหลีกเลี่ยงภาวะแทรกซ้อน เช่น การติดเชื้อที่กระจกตา ซึ่งอาจรุนแรงถึงขั้นเสียตาได้ การใช้คอนแทคเลนส์จึงควรได้รับการดูแลโดยจักษุแพทย์ นอกจากนี้คนจำนวนมากอาจไม่สามารถใส่คอนแทคเลนส์ เนื่องจากการแพ้เลนส์ หรือสารน้ำยาล้างเลนส์ ภาวะบางอย่างก็ไม่เอื้ออำนวยกับการใส่คอนแทคเลนส์ เช่น ผู้ที่มีฝุ่นควันมาก รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ เช่น การว่ายน้ำ

3. การผ่าตัดรักษาสายตาผิดปกติ (Refractive surgery) ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาให้แก่ผู้ที่ไม่สามารถ (หรือไม่ต้องการ) ใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ จากเหตุผลต่างๆ ข้างต้น และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายสิบปี จากวิธีการดัดกระจกตา (RK หรือ Radial Keratotomy) มาจนถึงการใช้เอ็กไซเมอร์เลเซอร์ (Excimer Laser) ชัดผิวกระจกตาโดยตรงที่เรียกว่า Photorefractive Keratectomy (PRK) จนถึงปัจจุบันนี้ วิธีที่ปลอดภัย แม่นยำและทันสมัยที่สุดคือ เลสิก (LASIK)

การผ่าตัดรักษาสายตาผิดปกติด้วยวิธีเลสิก (LASIK) ในปัจจุบันมีหลายรูปแบบด้วยกัน ได้แก่

1. ReLEx (Refractive Lenticule Extraction) เป็นเทคโนโลยีการรักษาภาวะสายตาผิดปกติล่าสุด ที่คืนการมองเห็นที่ชัดใสให้ดวงตา ด้วยเทคโนโลยีการผ่าตัดแผลเล็ก เป็นการรักษา

ภาวะสายตาสั้น และเอียง โดยการปรับเปลี่ยนความโค้งของกระจกตาด้วยเลเซอร์ แพลมีขนาดเล็ก 2 – 5 mm. เบาสายตาในขณะที่ผ่าตัด มีการรบกวนกระจกตาน้อย กระจกตาหลังการผ่าตัดมีความแข็งแรง ผลข้างเคียงน้อย ReLEx มีความแม่นยำสูงในการแก้ไขภาวะสายตาคิดปกติ เป็นการผ่าตัดที่พัฒนาต่อจากการผ่าตัด LASIK เพื่อให้มีความสามารถในการรักษามากขึ้น โดยใช้ Femtosecond Laser แยกชั้นกระจกตาเป็นเลนส์ในเนื้อกระจกตา และนำเลนส์นั้นออกผ่านแผลเล็ก เพื่อปรับความโค้งกระจกตาให้เหมาะสม โดยมีหลักการเดียวกันกับการผ่าตัดด้วยวิธี LASIK

2. FemtoLASIK คือ การผ่าตัดรักษาภาวะสายตาคิดปกติด้วยวิธีเลสิก ที่มีความแตกต่างจากการรักษาเลสิกแบบเดิม คือ ในขั้นตอนการแยกชั้นกระจกตาจะใช้แสงเลเซอร์แทนการใช้ใบมีด (**Bladeless LASIK**) ด้วยเครื่อง **Femtosecond Laser** ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาเพื่อให้แยกชั้นกระจกตาได้อย่างสมบูรณ์แบบ เลเซอร์สามารถ Focus ลงไปได้ผิวกระจกตาด้วยความแม่นยำสูง โดยเลเซอร์จะสแกนไปตามความโค้งของกระจกตา มีการสัมผัสผิวกระจกตาอย่างอ่อนโยน นอกจากผู้เข้ารับการรักษาจะรู้สึกสบายตาในระหว่างการผ่าตัดแล้วยังสามารถ ลดความคลาดเคลื่อนการแยกชั้นกระจกตา ลดปัญหาผิวกระจกตาลอก กระจกตาที่แยกได้มีความเรียบ ใช้เวลาในการรักษาน้อย กระจกตาสมานตัวเร็ว การพักฟื้นสั้น ทำให้คุณภาพการมองเห็นหลังการรักษากลับมาเต็มประสิทธิภาพเร็ว

3. NV FemtoLASIK/ NV LASIK/ NV PRK เป็นการรักษาสายตาวตามอายุแบบถาวร ทำให้ผู้รับการรักษา สามารถอ่านหนังสือ หรือ มองสิ่งของใกล้ๆ โดยไม่ต้องพกแว่นอ่านหนังสือติดตัวอยู่ทุกที่ทุกเวลา เช่น การอ่านเมนูอาหาร ก็จะกลายเป็นเรื่องง่าย ๆ เพียงแต่คุณภาพการมองไกลอาจลดลงไปบ้างในเวลากลางคืน หรือ ในที่ที่มีแสงสว่างน้อย

แนวคิดเกี่ยวกับตัวกำหนดการใช้บริการสุขภาพ (Determinants of Health Service Utilization)

Anderson, Kravits and Anderson (1975) ได้เสนอกรอบการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพว่า การตัดสินใจในการแสวงหาบริการทางการแพทย์และปริมาณการใช้บริการจะมีมากหรือน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยโน้มนำที่มีอยู่ก่อน (Predisposing Factors) หมายถึง ตัวแปรต่างๆของแต่ละบุคคลที่โน้มนำไปสู่การใช้บริการสุขภาพ คุณสมบัติเหล่านี้มีอยู่ก่อนที่จะเกิดการเจ็บป่วยหรือผิดปกติของร่างกาย ได้แก่ ปัจจัยทางประชากร เช่น อายุ เพศ สถานภาพสมรส ขนาดครอบครัว เป็นต้น ปัจจัยทางสังคม เช่น การศึกษา อาชีพ ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น ความเชื่อด้านสุขภาพ เช่น ความเชื่อว่าการรักษาด้วยแผนปัจจุบันสามารถรักษาได้ดีกว่าอดีต

2. ปัจจัยสนับสนุน (Enabling Factors) หมายถึง ปัจจัยที่บ่งบอกหรือเสริมความสามารถของแต่ละบุคคลในการใช้บริการสุขภาพ ทั้งความสามารถเชิงเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการ ได้แก่

ทรัพยากรของครอบครัว เช่น รายได้ ประกันสุขภาพ ที่อยู่อาศัย และทรัพยากรชุมชน เช่น การมีสถานบริการและบุคลากรในชุมชน

3. ปัจจัยด้านความจำเป็น (Need Factors) ประกอบด้วยความจำเป็น 2 อย่าง คือ ความจำเป็นที่เกิดจากการเรียนรู้ (Perceived Need) ของแต่ละบุคคล เช่น ความรับรู้ต่อความรุนแรงของการเจ็บป่วย ความรับรู้ต่อผลกระทบต่อการเจ็บป่วยในชีวิตประจำวัน และความจำเป็นที่ได้รับจากการประเมิน (Evaluated Need) จากระบบบริการ เช่น แพทย์ลงความเห็นต้องรับการรักษาด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เป็นต้น

การศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้บริการสุขภาพของแต่ละบุคคล ได้รับการขยายกรอบการศึกษาโดย Aday and Anderson (1981) ว่าการใช้บริการทางสุขภาพได้เพิ่มขึ้นกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านโครงสร้างเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับลักษณะด้านระบบบริการสุขภาพ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในแง่ของความสะดวกสบาย การมีบริการที่ต้องการ ค่าใช้จ่าย ลักษณะของผู้ให้บริการ และคุณภาพของการบริการ ซึ่งก่อให้เกิดการเข้าถึงการใช้บริการสุขภาพ

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีมากมายอย่างต่อเนื่องและได้ถูกสรุปรวบรวมแนวคิดของนักวิจัยหลายท่าน รวบรวมกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยกำหนดการใช้บริการทางสุขภาพประกอบด้วย 7 กลุ่ม คือ

1. ตัวแปรทางประชากร ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส และขนาดครอบครัว
2. ตัวแปรด้านโครงสร้างสังคม ได้แก่ การศึกษา อาชีพและเชื้อชาติ
3. ตัวแปรทางด้านจิตวิทยาสังคม ได้แก่ การรับรู้ว่าเจ็บป่วย การรับรู้ถึงความรุนแรงของโรค ความคาดหวังถึงประโยชน์ของการไปรับบริการ และแนวทางที่นำไปสู่การใช้บริการ
4. ตัวแปรด้านทรัพยากรของครอบครัว ได้แก่ รายได้ ความครอบคลุมของการประกันสุขภาพ และการมีสถานบริการที่ใช้ประจำ
5. ตัวแปรด้านทรัพยากรชุมชน ได้แก่ อุปทานของการบริการสุขภาพในชุมชน เขตที่อยู่อาศัย ลักษณะของชุมชนและการเข้าถึงบริการของชุมชน
6. ตัวแปรด้านองค์กร ได้แก่ แบบแผนของผู้ให้บริการ ลักษณะของระบบบริการ ลักษณะของระบบบริการและบุคลากรที่ผู้ป่วยพบเป็นครั้งแรก
7. ระบบบริการสุขภาพ ได้แก่ นโยบายทางด้านสาธารณสุข และระบบเศรษฐกิจโดยรวม

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer's Decision Making)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Making Theory) (Schiffman & Kanuk, 1994, pp. 560-580) ได้กล่าวถึง ตัวแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of Consumer

Decision Making) ตัวแบบนี้จะรวมความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. การนำเข้าข้อมูล (Input) เป็นอิทธิพลจากภายนอกที่มีผลต่อค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีศักยภาพ ซึ่งแยกเป็น

1.1 กิจกรรมทางการตลาดที่พยายามเข้าถึงกำหนดและจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น ไซ้หีบห่อ ขนาด การรับประกันและนโยบายด้านราคา เป็นต้น

1.2 ปัจจัยนำเข้าด้านสังคมวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับการค้า เช่น ความคิดเห็นของเพื่อน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นอิทธิพลภายในของบุคคล ที่มีผลต่อการประเมินผลและการยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์

2. กระบวนการ (Process) เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการนี้ เราจะพิจารณาถึงอิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งจะเป็นอิทธิพลภายใน (แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ หรือทัศนคติ) ที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยอีก 2 ประการ คือ

2.1 การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) คือ ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคเผชิญ เขาไม่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ที่เกิดจากการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้บริโภคมักซื้อสินค้าหรือบริการในที่เดิม ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าผู้บริโภคไม่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์ เขาจะเชื่อถือในชื่อเสียงของร้านค้านั้น ๆ ถ้าเกิดความสงสัยผู้บริโภคจะซื้อของแพงไว้ก่อน เพื่อลดความเสี่ยงเพราะเขาคิดว่าของแพงต้องเป็นของดี

2.2 กลุ่มที่ยอมรับได้ (Evoked Set) หมายถึง รายการสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อซึ่งประกอบด้วยสินค้าจำนวนน้อยที่ผู้บริโภคคุ้นเคย จำได้ และยอมรับ โดยการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ขั้นความรู้ความต้องการ (Need Recognition) ขั้นรู้ความต้องการจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเผชิญกับปัญหา เช่น การซื้อของจากเครื่องขายอัตโนมัติกับปัญหาซับซ้อน คือ ปัญหาที่มีพัฒนาให้ซับซ้อนขึ้น เช่น เมื่อใช้รถไปนาน ๆ ก็มีความคิดที่จะเปลี่ยนรถใหม่เพื่อหลีกเลี่ยงค่าซ่อมรถเก่า เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Repurchase Search) ขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภครู้ว่าได้รับความพอใจจากการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะต้องการข้อมูลเพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการเลือก (ถ้ามีประสบการณ์มาก่อนก็ใช้ได้เลย แต่ถ้าไม่มีก็ต้องค้นหา)

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เป็นขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อซึ่งผู้บริโภคประเมินผลประโยชน์ที่จะได้รับจากแต่ละทางเลือกของผลิตภัณฑ์ที่กำลังพิจารณาจะใช้ 2 รูปแบบ คือ 1) ใช้รายชื่อตราที่เลือกไว้แล้ว 2) เลือกเอาจากทั้งหมดที่มีในตลาด

กฎการตัดสินใจ (Affect Referral Decision Rules) หมายถึง กฎการตัดสินใจที่ง่ายที่สุดซึ่งผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์ให้คะแนนตราสินค้าจากประสบการณ์ที่ผ่านมามากกว่าคุณสมบัติด้านอื่น ๆ การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคโดยอาศัยกฎการเลือกซื้อ มี 4 แบบ

1. การปฏิบัติด้วยความซื่อสัตย์ (Practical Loyalists) ซื้อตราที่ซื้อเป็นประจำ
2. ผู้ซื้อที่นิยมราคาต่ำสุด (Bottom Line Price Shoppers) ซื้อราคาต่ำสุดโดยไม่สนใจ

ตรา

3. ผู้ซื้อที่เปลี่ยนการซื้อตามโอกาสหรือผู้ฉวยโอกาส (Opportunistic Switchers) ใช้อุปถัมภ์แลกซื้อหรือซื้อที่ลดราคา

4. นักล่าอย่างแท้จริง (Deal Hunters) ซื้อที่มีเงื่อนไขที่ดีที่สุด ไม่มีความภักดีในตรา

สินค้า

3. การแสดงผลหรือพฤติกรรมที่แสดงออก (Output) คือ พฤติกรรมการซื้อและการประเมินหลังการซื้อวัตถุประสงค์ทั้งสองกิจกรรมนี้เพื่อที่จะเพิ่มความพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อของพวกเขา

3.1 พฤติกรรมการซื้อ (Purchase Behavior) ผู้บริโภคมีประเภทการซื้ออยู่ 2 ประเภทคือ ทดลองซื้อ (Trail Purchase) และซื้อซ้ำ (Repeat Purchase) ถ้าผู้บริโภคซื้อสินค้าชนิดหนึ่งหรือตราหนึ่งเป็นครั้งแรก และซื้อในปริมาณน้อยกว่าปกติ การซื้อนี้จะถูกพิจารณาว่าเป็นการทดลองซื้อ นั่นคือการทดลอง คือ รูปแบบพฤติกรรมการซื้อที่ผู้บริโภคพยายามที่จะประเมินสินค้าโดยผ่านการใช้ตรง ถ้าตราใหม่เป็นสินค้าประเภทเดียวกับสินค้าที่มีอยู่แล้ว ถูกค้นพบจากการทดลองใช้ว่าทำ

ให้เกิดความพึงพอใจมากกว่าตราสินค้าอื่น หรือตราเดิมที่ใช้อยู่ ผู้บริโภคก็จะทำการซื้อซ้ำ พฤติกรรมการซื้อซ้ำนี้ใกล้เคียงกับแนวความคิดความภักดีในตราสินค้ามาก (Brand Loyalty) ซึ่งทุกบริษัทจะให้เพิ่มขึ้นกับตราสินค้าของตนเอง การซื้อซ้ำนั้นเป็นการบ่งชี้ว่าผู้บริโภคพอใจในสินค้า

3.2 การประเมินหลังการซื้อ (Post Purchase Evaluation) เมื่อผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระหว่างการทดลองใช้ พวกเขาจะทำการประเมินในด้านของสิ่งที่พวกเขาคาดหวัง ซึ่งผลจากการประเมินนั้นเป็นไปได้ที่จะออกมาใน 3 รูปแบบ ดังนี้

- สินค้าั้นตรงกับความคาดหวังนำไปสู่ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ
- สินค้าั้นดีเกินความคาดหวัง ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกที่เป็นบวก
- สินค้าั้นไม่ดีเกินความคาดหวัง ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกที่เป็นลบ

สำหรับผลที่จะออกมาในแต่ละข้อของ 3 ข้อนี้ แสดงถึงความคาดหวังและความพอใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับการที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจประสบการณ์ของเขาเทียบกับความคาดหวังเมื่อพวกเขาทำการประเมินหลังการซื้อ

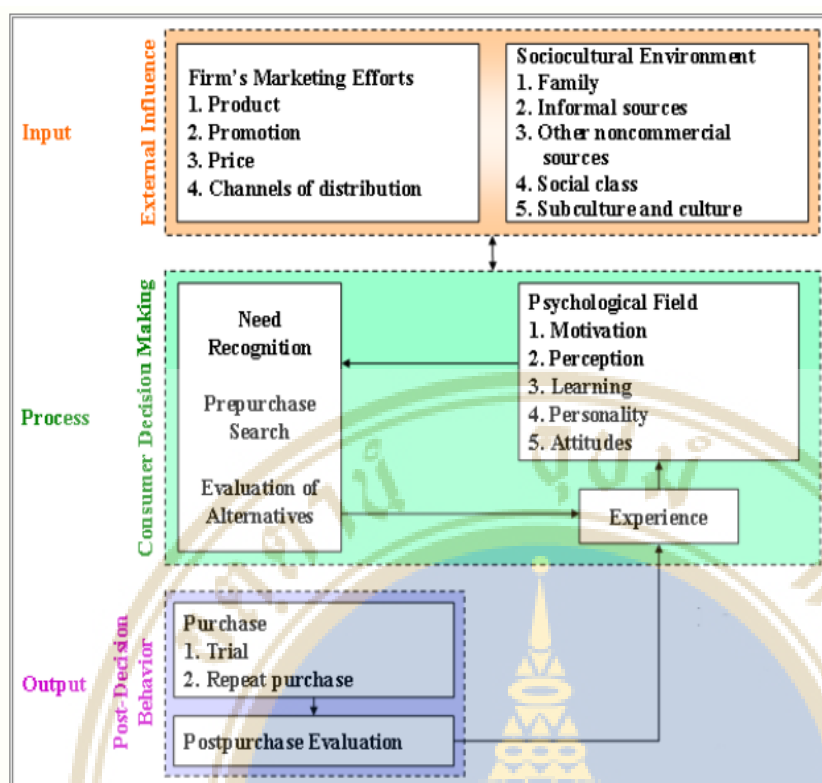


Diagram 4: A Model of Consumer Decision-Making

Source: Schiffman L., Kanuk L., (2004) Consumer Behavior, International 8th Edition, New Jersey Pearson Prentice Hall

ภาพที่ 2.1 โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Schiffman & Kanuk, 1994, p. 561)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางชัชฎา ถิระชัยกุล (2552) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 204 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 25-30 ปี อาชีพพนักงานออฟฟิศ รายได้เฉลี่ย 20,001 – 35,000 บาท ทำเลสิกมาแล้ว 2 ข้าง เกิดจากภาวะสายตาสั้นและสายตาเอียงมากที่สุด ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง 15,000 – 24,999 บาท มีสาเหตุมาจากการไม่ต้องการใส่แว่นตา และตัดสินใจเข้ารับการรักษาด้วยตนเอง และได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางญาติและเพื่อนมากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ ด้านบุคคลากร ให้ความสำคัญในเรื่องชื่อเสียงและความชำนาญของแพทย์มากที่สุด รองลงมาคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเลสิก ด้านราคา ให้ความสำคัญที่ราคาถูกกว่าคลินิกอื่นมากที่สุด ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าให้ความสำคัญกับโรงพยาบาลและสถานพยาบาลที่มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิกที่มีชื่อเสียง ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการรักษาอย่างต่อเนื่อง มาก

ที่สุด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพภายนอก ได้ให้ความสำคัญกับความครบถ้วนของอุปกรณ์เครื่องมือที่รักษา

มาริกา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และความตั้งใจเข้ารับการรักษาผู้ป่วยด้วยวิธีเลสิก ในกลุ่มผู้มีสายตาสั้นผิดปกติ อายุ 21-40 ปี แบบ สุ่มสะดวกโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 131 ราย พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเลสิกมากที่สุด จากสื่อมวลชนประเภทนิตยสารสตรี และสื่อมวลชนประเภทป้ายโฆษณาวิทยุในระดับใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ นิตยสารยังมีส่วนช่วยสร้างการตระหนักรู้ และความเข้าใจควบคู่กันไป ผู้หญิงจะมีความสนใจในการทำเลสิกมากกว่าเพศชาย และพบว่าผู้มีสายตาสั้นผิดปกติจำนวนมากเกินครึ่งสามารถบอกได้เพียงว่า เลสิกเป็นการแก้ไขปัญหายาตาโดยใช้แสงเลเซอร์ในการผ่าตัดและเป็นการแก้ไขปัญหายาตาแบบถาวร

ขจริน บุญนาค (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเลสิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีสุ่มสะดวก โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ราย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการเลสิกของกลุ่มตัวอย่างมีสาเหตุจากสายตาสั้นมากที่สุด สถานบริการที่เลือกใช้มากที่สุด ได้แก่ ศูนย์บริการเลสิกและโรงพยาบาล มีเหตุผลในการใช้บริการคือไม่ต้องการใช้แว่นตา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขายให้ความสำคัญระดับปานกลาง โดยด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความชำนาญของแพทย์ผู้ให้บริการ ด้านราคาที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความสวยงามและทันสมัยของสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขายที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ การริษาแล้วได้ผลดีแล้วบอกแบบปากต่อปาก

นายณัฐพงศ์ คำบุรี(2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมสำหรับจัดฟันของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 150 ราย พบว่า เหตุผลที่ใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันส่วนใหญ่เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆที่เกิดขึ้นกับฟัน คิดเป็นร้อยละ 80.67 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกจัดฟัน มากที่สุด ได้แก่ ความเชี่ยวชาญและชื่อเสียงของทันตแพทย์ รองลงมาคือ คุณภาพเครื่องมือที่ทันสมัย สะอาด ปลอดภัย ลำดับสุดท้าย คือ การเอาใจใส่ในการบริการของพนักงาน และการได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น ได้แก่ ญาติ เพื่อน ซึ่งมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยทุกปัจจัยถูกให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ การดูแลเอาใจใส่ของทันตแพทย์ต่อผู้รับบริการ รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และ ความสะดวกสบาย และความเรียบร้อยของสถานที่ ตามลำดับ

นายฉนิทฤตย์ ราชี (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย พบว่า มี 120 รายที่มีความต้องการเข้ารับทำศัลยกรรม และในกลุ่มนี้ผ่านการทำศัลยกรรมมาแล้ว 12 ราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมมีการทำศัลยกรรมเพราะต้องการนำเทรนด์หรือตามเทรนด์ค่านิยมในปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ทำตามกระแสแฟชั่น ปัจจัยทางด้านสถานที่ให้บริการ ให้ความสำคัญกับเครื่องมือมีความปลอดภัยมากที่สุด ปัจจัยด้านจิตวิทยา ให้ความสำคัญกับการเป็นที่ยอมรับของสังคมมากที่สุด ปัจจัยด้านสังคมพบว่า ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการทำศัลยกรรมมากที่สุด รองลงมาเป็นญาติและเพื่อนตามลำดับ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการแก้ปัญหาสายตาผิดปกติด้วยวิธีการทำเลสิก (Lasik) และวิธีการใส่แว่นและคอนแทคเลนส์ของผู้ที่มีปัญหาสายตาผิดปกติ” เป็น การวิจัยที่ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เน้นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเป็นหลัก โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ต่อไป ดังนั้นเพื่อให้การ วิจัยครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีขอบเขตและขั้นตอน รายละเอียดที่จะเสนอ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 ผู้เข้าร่วมวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 ขั้นตอนในการวิจัย

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจาก แหล่งข้อมูลด้านบุคคลเป็นหลัก โดย แบ่งบุคคลที่ถูกสัมภาษณ์เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ผู้ที่มีความผิดปกติของสายตาและแก้ไขด้วยวิธีการทำเลสิก (Lasik) จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ถูกสัมภาษณ์ ในเรื่อง เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ประวัติการสายตาผิดปกติในอดีต และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลสิก (Lasik) สาเหตุที่ทำ แหล่งข้อมูลที่ทำก่อนการทำเลสิก (Lasik) ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก (Lasik) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำ ราคาสำหรับการทำเลสิก ความคาดหวังจากการทำ ความพึงพอใจหลังทำเลสิก (Lasik) การแนะนำและบอกต่อ
2. ผู้ที่มีความผิดปกติของสายตาและแก้ไขด้วยวิธีการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ถูกสัมภาษณ์ ใน

เรื่อง เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ประวัติการสายตาผิดปกติในอดีต และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ ความต้องการทำเลสิก (Lasik) ในอนาคต ความรู้เกี่ยวกับการทำเลสิก (Lasik) สาเหตุที่ไม่ทำเลสิก (Lasik) บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการแก้ปัญหาสายตา จะตัดสินใจทำเลสิก (Lasik) ต่อเมื่ออะไร

3. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำเลสิก (Lasik) จำนวน 1 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งประกอบไปด้วย แนวคิดเกี่ยวกับความจำเป็นในการทำเลสิก (Lasik) ผลดีและผลเสียจากการทำเลสิก (Lasik) คนเข้าใช้บริการส่วนใหญ่มาทำเลสิกด้วยเหตุผลใดเป็นหลัก และมักเป็นคนกลุ่มใด ความคาดหวังของผู้เข้ารับบริการทำเลสิก (Lasik) ความกังวลของผู้ทำเลสิก (Lasik) ทำไมถึงใช้วิธีการแก้ไขปัญหาสายตาด้วยวิธีเลสิก (Lasik) กับตนเอง คิดอย่างไรกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิกที่มีปัญหาสายตาแต่เลือกวิธีการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ อะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเลือกใช้บริการศูนย์เลสิกต่างๆ แนวโน้มของศูนย์เลสิกในอนาคต

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสารในฐานข้อมูล Emerald และข้อมูลจาก Internet ข้อมูลจากศูนย์เลสิกต่างๆ รวมถึงวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลช่วยให้ผู้วิจัยกำหนดแนวทางการเขียนเค้าโครงงานวิจัย และเสนอผลการศึกษาร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิ

3.2 ผู้เข้าร่วมงานวิจัย

ผู้เข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ที่ปัญหาสายตาผิดปกติในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แก้ไขปัญหาด้วยวิธีการทำเลสิก (Lasik) จำนวน 10 คน ผู้ที่มีปัญหาสายตาผิดปกติในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แก้ไขปัญหาด้วยวิธีการใส่แว่นและคอนแทคเลนส์ จำนวน 10 คน แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำเลสิก (Lasik) ที่มีปัญหาสายตาผิดปกติและแก้ไขด้วยวิธีการทำเลสิก (Lasik) จำนวน 1 คน แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำเลสิก (Lasik) ที่มีปัญหาสายตาผิดปกติและแก้ไขด้วยวิธีการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ จำนวน 1 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย ผู้ทำการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ชุด สำหรับผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้ง 4 กลุ่ม โดยในการสัมภาษณ์นี้เป็นคำถามทั้งปลายเปิดและปลายปิด เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการตอบคำถามจากการดำเนินธุรกิจและได้คำตอบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ในขั้นแรก

ผู้ทำการวิจัยจะทำความคุ้นเคยกับผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อน สร้างความเป็นมิตร แล้วจึงหาโอกาสสัมภาษณ์อย่างไม่เป็น การนำเสนอความคิดเห็น

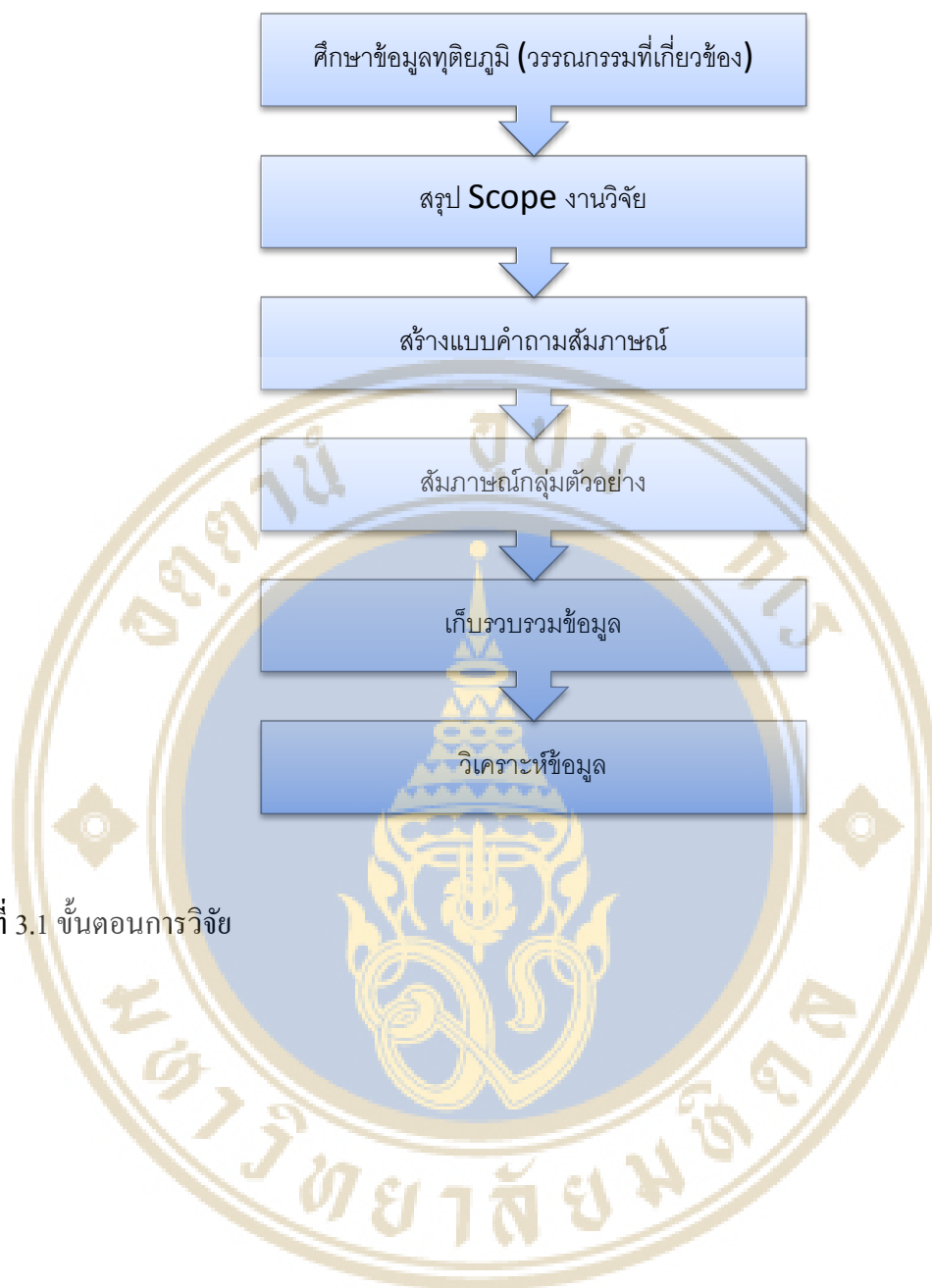
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เรียกว่า Content Analysis ซึ่งมีการวิเคราะห์ดังนี้ (Taylor-Powell and Renner,2003)

1. อ่านและทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์
2. ทบทวนวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและคำถามงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์
3. จัดกลุ่มข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Categorize information) ตามประเด็นที่ต้องการศึกษารวมทั้งเพิ่มประเด็นที่พบเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการ Coding
4. ระบุรูปแบบ (Pattern) หรือความเชื่อมโยง (Connection) ของข้อมูลในแต่ละกลุ่มหรือระหว่างกลุ่ม
5. ตีความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยการพิจารณารูปแบบ การเชื่อมโยง รวมทั้งเปรียบเทียบกับปทฤษฎีหรืองานวิจัยในอดีต เพื่อนำมาอธิบายสิ่งที่ค้นพบ (Findings)

3.5 ขั้นตอนในการวิจัย

เบื้องต้นผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปขอบเขตของงานวิจัย เมื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย ผู้วิจัยจึงทำการสร้างแบบคำถามสัมภาษณ์ภายใต้ขอบเขตการวิจัยที่กำหนดทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตการวิจัย นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ต่อไป



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมของกลุ่มคนสายตาผิดปกติที่ตัดสินใจแก้ปัญหาสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) และกลุ่มคนที่ตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยวิธีการใส่แว่นและคอนแทกเลนส์และศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาสายตาของผู้ที่มีสายตาผิดปกติ รวมไปถึงศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก (Lasik) ที่มีปัญหาด้านสายตา ต่อการทำเลสิกสำหรับคนไข้และตนเอง โดยได้ใช้เครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยได้แยกกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาคความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก(Lasik) จำนวน 10 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ร่วมวิจัยที่เลือกแก้ปัญหาคความผิดปกติทางสายตาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทกเลนส์ จำนวน 10 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก(Lasik) จำนวน 1 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วนำข้อมูลวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ (Synthesis) ซึ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ แบ่งตามกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ดังนี้

4.1 กลุ่มผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาคความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คำถามได้แก่

- เหตุผลในการตัดสินใจเลือกทำเลสิก(Lasik)
- ก่อนการตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) มีการศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งใดบ้าง
- ใครมีผลต่อการตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) ของคุณ
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานพยาบาลสำหรับทำเลสิก(Lasik)
- ความพึงพอใจหลังทำเลสิก(Lasik) แล้ว
- ความกลัวต่อการเกิดผลข้างเคียงในอนาคต
- ถ้ามีคนมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับการทำเลสิก(Lasik) จะแนะนำหรือไม่อย่างไร
- ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนาการทำเลสิก(Lasik)

4.1.1 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 1

สาเหตุที่ตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) ปกติเป็นคนที่ชอบใส่แว่นอยู่แล้ว การใช้ชีวิตนอกบ้านจะไม่มีปัญหา แต่เมื่ออยู่ในบ้านรู้สึกว่ายากสบาย ไม่อยากใส่แว่น รวมไปถึงเวลาตัดผมแล้วต้องถอดแว่นทำให้ไม่สามารถมองเห็นทรงผมตัวเองได้ทำให้รู้สึกหงุดหงิด ก่อนตัดสินใจทำเลสิก (Lasik) ไม่ได้หาข้อมูลจากแหล่งใดๆ แต่ส่วนใหญ่จะถามข้อมูลกับแพทย์ที่ทำเลสิก(Lasik) โดยตรงมากกว่า เนื่องจากทำงานในวงการกิจกรรมอยู่แล้ว ซึ่งแต่ก่อนก็รู้สึกกลัว พอได้พูดคุยกับแพทย์ที่รู้จักทำให้มั่นใจมากขึ้น แต่ส่วนตัวแล้วมีความรู้และหาความรู้เรื่องเลสิก(Lasik) น้อยมาก การตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) ตัดสินใจด้วยตัวเอง ไม่มีใครช่วยตัดสินใจหรือห้ามปราม ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) ให้ความสำคัญกับแพทย์เป็นหลัก โดยต้องเป็นแพทย์ที่มั่นใจได้และเรื่องของราคาทำเลสิก(Lasik) ที่รับได้ต้องไม่เกิน 30,000 บาท ซึ่งพอดีกับที่ทางโรงพยาบาลมิโปรโมชันและแพทย์เป็นคนที่รู้จักดี เลยตัดสินใจทำ หลังจากทำเลสิก(Lasik) แล้ว ในช่วงแรกมีปัญหาเรื่องตาแห้งและแสงจ้า แต่พอนานๆ ไปก็รู้สึกว่ายากดีขึ้น และพึงพอใจในผลการทำ แต่ก็กลัวในเรื่องการโดนกระแทกแรงๆ จะมีปัญหาเกี่ยวกับตาในการทำเลสิก(Lasik) สิ่งทีคิดว่าศูนย์เลสิก(Lasik) น่าจะมีการปรับปรุงพัฒนา คือ ในขั้นตอนการถ่างตา เครื่องมือที่ใช้ถ่างตาทำให้รู้สึกเจ็บมากแต่ก็ไม่แน่ใจว่าเรื่องนี้สามารถแก้ไขได้หรือไม่

4.1.2 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 2

สาเหตุที่ตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) เนื่องจากเป็นคนชอบเที่ยวทะเล แล้วเวลาดำน้ำจึงค่อนข้างลำบาก ประกอบกับใส่คอนแทกเลนส์มานานหลายปี รู้สึกว่าไม่ค่อยปลอดภัยต่อสายตา จึงได้ตัดสินใจทำ ก่อนทำเลสิก(Lasik) ได้ศึกษาหาข้อมูลจากใน อินเทอร์เน็ต เพียงอย่างเดียวก่อนตัดสินใจทำ โดยตนเองเป็นผู้ตัดสินใจเอง ไม่ได้ขอคำแนะนำจากใคร ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และรีวิวจากผู้ที่เป็นลูกค้าและการใส่ใจในการตอบคำถามในเว็บไซต์ หลังจากทำเลสิก(Lasik) แล้วรู้สึกพึงพอใจมาก และในอนาคตไม่ค่อยกังวลเนื่องจากอ่านรีวิวจากคนที่เคยทำและจากการได้พูดคุยกับหมอก่อนทำ ถ้ามีคนมาถามก็จะแนะนำให้ทำเลสิก(Lasik) โดยใช้ข้อมูลการทำจริงของตนเอง และแนะนำให้ไปอ่านในเว็บไซต์ ข้อเสนอแนะคือ เรื่องราคาที่น่าจะลดลงบ้าง เพื่อเปิดโอกาสให้คนได้ทำมากขึ้น

4.1.3 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 3

สาเหตุที่ตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) เนื่องจากอยากได้ความสวยงาม ความสบาย เนื่องจากการใส่แว่นทำให้เกิดการกดขี่ที่รบกวน ทำให้เจ็บคันและทรมาน แต่ก็อดทนมาเนื่องจากไม่ได้รู้จักการ

ทำเลสิก ไม่มีข้อมูล และราคาแพงเป็นหลักแสน รู้สึกเป็นของไกลตัว แต่ในปัจจุบันราคาถูกลงรู้สึกเอื้อมถึงและมีคนแนะนำ ประกอบกับคำนวณแล้วพบว่า ค่อนข้างการตัดแว่น เปลี่ยนแว่น จึงตัดสินใจทำ ก่อนทำได้รับคำแนะนำจากญาติที่ทำแล้วบอกต่อมาว่าดี จึงได้มั่นใจและตัดสินใจทำ โดยไม่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์เนื่องจากไม่รู้ว่า เป็นความจริงหรือไม่ และไม่ได้มีความรู้ในการทำเลสิก (Lasik) มากนัก ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก (Lasik) ให้ความสำคัญกับตัวแพทย์และความน่าเชื่อถือของแพทย์เป็นหลัก โดยการถามจากญาติ รวมถึงโปรโมชั่นราคาทำให้ตัดสินใจทำเลสิก (Lasik) ได้เร็วขึ้น หลังทำเลสิก (Lasik) รู้สึกพึงพอใจ แต่เนื่องจากทำตอนอายุมากทำให้โฟกัสสายตาไม่ดีเท่าเด็กเพราะมีสายตาวัวร่วมด้วย ทำให้สายตาพล่าในบางครั้งเวลาอ่านหนังสือ โดยไม่ได้มีความกังวลเรื่องผลข้างเคียงในอนาคต ถ้ามีคนมาถามจะแนะนำให้ทำ โดยเฉพาะคนที่ยังอายุไม่มาก และแนะนำในสถานที่ที่ตัวเองทำ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เนื่องจากรอคิวนาน ถ้าสามารถปรับให้บริการทำให้รวดเร็วขึ้นไม่ต้องรอคิวนานก็จะทำให้พึงพอใจมากขึ้น

4.1.4 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 4

สาเหตุที่ตัดสินใจทำเลสิก (Lasik) เนื่องจากเดิมที่ใส่แว่นตา แล้วค่าสายตาสองข้างแตกต่างกันมาก ทำให้รู้สึกปวดหัวบ่อยๆ แพทย์จึงแนะนำให้ใส่คอนแทกเลนส์ แต่พอใส่ไปนานๆ ประมาณ 5 ปี และมีการใช้คอนแทกเลนส์ที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้เกิดอาการแพ้จึงต้องกลับมาใส่แว่น ประกอบกับจะไปต่างประเทศ การใส่แว่นไม่สะดวก จึงตัดสินใจทำเลสิก (Lasik) ไปเลย การหาข้อมูลใช้วิธีการสอบถามจากคนรู้จักที่เคยทำแล้ว รวมถึงหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ดอยครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำมากที่สุด ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก (Lasik) คือจากคำแนะนำของคนรู้จักที่ทำแล้วไม่มีปัญหาประกอบกับข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องบอกตรงกันกับคำแนะนำของคนรู้จักเป็นสำคัญ หลังจากทำเลสิก (Lasik) รู้สึกพึงพอใจมาก มีความสุขที่สุด จะมีบ้างในเรื่องอาการตาแห้ง แต่ตนเองไม่รู้สึกล้าผลข้างเคียงในอนาคต และยินดีแนะนำให้ผู้อื่นทำข้อเสนอแนะ ถ้าสามารถแก้ไขปัญหาในเรื่องตาแห้งได้จะดีมากค่ะ

4.1.5 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 5

สาเหตุที่ตัดสินใจทำเลสิก (Lasik) เพราะต้องการสมัครเป็นนักบินและเพื่อความชัดเจนในการมองเห็น ข้อมูลในการทำเลสิก (Lasik) ได้สอบถามจากผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการทำ และหาข้อมูลจากในอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยตนเองเป็นผู้ตัดสินใจเองแต่เพียงผู้เดียว ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก (Lasik) ให้ความสำคัญกับ คุณภาพของสถานบริการ ความสะดวกสบายในการเดินทาง และราคาในการทำเลสิกเป็นหลัก หลังจากทำมาแล้วรู้สึกพึงพอใจและไม่มีปัญหาใดๆ อาจ

เนื่องจากตนเองมีค่าสายตาที่ไม่ได้สั้นมาก การแนะนำจะอธิบายขั้นตอนที่ตนเองมาประสบการณ์ให้ฟังทุกขั้นตอนและให้ไปตัดสินใจเองว่าจะทำหรือไม่ สำหรับข้อแนะนำเพิ่มเติมไม่มี

4.1.6 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 6

สาเหตุที่ทำเลสิก(Lasik) เนื่องจากเบื่อการใส่แว่น รู้สึกอยากสวยและเวลาไปทำกิจกรรมต่างๆใส่แว่นแล้วรู้สึกรำคาญ เคยลองเปลี่ยนมาใส่คอนแทคเลนส์ แต่เคยทำคอนแทคเลนส์ติดอยู่ในตาโดยไม่รู้ตัวนานสองวัน ทำให้กลัวและไม่กล้าใส่คอนแทคเลนส์อีก ซึ่งจริงๆเคยคิดอยากทำเลสิก(Lasik) มานานแล้ว แต่เมื่อก่อนรู้จักว่าคืออยู่ที่เดียวคือ ที่วัดไร่จิง และค่าใช้จ่ายค่อนข้างแพง แต่ปัจจุบันมีข้อมูลเยอะขึ้น และราคาถูกลงจึงได้ตัดสินใจทำ การหาข้อมูลหาจากในอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ ในหลายๆเว็บไซต์ ซึ่งจริงๆแล้วมีความรู้เกี่ยวกับการทำเลสิก(Lasik) ไม่มากนัก จะหาข้อมูลเพียงแค่ลักษณะตาแบบใดที่ทำเลสิก(Lasik) ได้หรือไม่ได้ ประกอบกับการแนะนำจากคนรู้จักแนะนำให้ไปทำต่อ โดยส่วนตัว ตนเองอยากทำอยู่แล้วเป็นทุนเดิม แล้วเห็นคนใกล้ๆตัวรอบข้างไปทำแล้วดี จึงทำให้ตัดสินใจทำเร็วขึ้น ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) อันดับแรกคือดูจากคำแนะนำของคนใกล้ๆตัวที่ไปทำมาแล้วบอกต่อ รวมถึงชื่อเสียงของแพทย์จากการแนะนำ และความสะดวกในการเดินทางต้องไปกลับสะดวก รวมไปถึงเรื่องราคาซึ่งการมีโปรโมชั่นทำให้ตัดสินใจทำเร็วขึ้น แต่ไม่เกี่ยวกับการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) ในปัจจุบันหลังจากทำเลสิก(Lasik) มารู้สึกพึงพอใจอย่างมาก และไม่มีอาการของผลข้างเคียงใดๆ มีแค่ช่วงแรกที่รู้สึกตาแห้งบ้างเท่านั้น และไม่รู้สึกก่กถึงผลข้างเคียงที่อาจเกิดในอนาคต ซึ่งถ้ามีคนมาขอคำแนะนำในการทำเลสิก(Lasik) ก็จะแนะนำให้ทำที่ตนเองทำ ข้อเสนอแนะ ถ้าสามารถปรับในเรื่องของราคาลงมาได้ก็จะทำให้คนหันมาตัดสินใจทำมากขึ้น

4.1.7 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 7

เหตุผลในการทำเลสิก(Lasik) เนื่องจาก แต่ก่อนใส่คอนแทคเลนส์เป็นประจำ รู้สึกไม่สะดวกที่ต้องทำการล้างแช่คอนแทคเลนส์ทุกวัน ทำให้รู้สึกสะดวกสบายต่อการใช้ชีวิตเพิ่มขึ้น ไม่ต้องคอยกังวลในการเก็บคอนแทคเลนส์ การหาข้อมูลในการทำเลสิก(Lasik) หาจากอินเทอร์เน็ต และถามจากคนรอบข้างที่เคยทำมาแล้วเป็นหลัก และอ่านข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับผลข้างเคียงจากการทำ และสอบถามจากศูนย์เลสิก(Lasik) ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) อันดับแรกให้ความสำคัญในเรื่องความเชี่ยวชาญของแพทย์และความพร้อมของเครื่องมือแพทย์เป็นหลัก ประกอบกับราคาที่ต้องอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยเกณฑ์ที่รับได้ คือราคาไม่เกิน 70,000 – 80,000 บาท เนื่องจากตาเป็นสิ่งสำคัญมีอยู่คู่เดียว หลังจากทำเลสิก(Lasik) มารู้สึกพึงพอใจมาก คนที่ศูนย์เลสิก

(Lasik) ดูเลดีมาก ทำมาเพียงสองวันก็สามารถกลับมาอ่านหนังสือได้ตามปกติ ไม่เกิดแสงจ้า ถ้าคนมาขอคำแนะนำ ก็จะแนะนำให้ทำ โดยแนะนำในที่ๆเราทำมาหรือที่ๆแพทย์มีประสบการณ์ในการทำเลสิก(Lasik) มากๆเป็นหลัก ก็จะสามารถมั่นใจได้ ข้อเสนอแนะ ถ้าสามารถลดปัญหาเรื่องคิวในการทำเลสิกที่ยาวมากได้ และก่อนทำเลสิก(Lasik) อยากให้แพทย์มีการให้ข้อมูลให้หมดเกี่ยวกับผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข เพื่อให้เราสามารถทำความเข้าใจและไม่เกิดอาการกลัวหลังการทำเลสิก(Lasik)

4.1.8 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 8

ตัดสินใจที่จะทำเลสิก(Lasik) เนื่องจาก รู้สึกว่าการใส่คอนแทคเลนส์ ต้องทำการถ่างตาทุกวัน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดอาการผิวหนังรอบดวงตาเหี่ยว จึงตัดสินใจทำเลสิก (Lasik) การหาข้อมูลการทำเลสิก ใช้วิธีถามจากคนรู้จักที่เคยทำมาก่อนแล้วดี แนะนำต่อ โดยไม่ได้ศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งอื่นเลย การตัดสินใจ ตัดสินใจด้วยตัวเองคนเดียว ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) อันดับแรกคือ ฝีมือของแพทย์ ซึ่งสอบถามมาจากคนรู้จักรอบตัวที่เคยทำมาก่อน หลังจากทำมาแล้วรู้สึกพึงพอใจมาก และไม่เกิดผลข้างเคียงใดๆทั้งสิ้น และไม่รู้สึกกลัวว่าในอนาคตจะเกิดผลข้างเคียงใดก็ตามมา มีแต่ตอนนี้สายตาเริ่มกลับมาสั้นขึ้นอีก ซึ่งคิดว่าถ้าสั้นมากขึ้นก็อาจจะกลับไปทำเลสิก(Lasik) ซ้ำอีก ถ้ามีใครมาขอคำแนะนำในการทำเลสิก(Lasik) จะแนะนำให้ทำเลย เพราะว่ามันสะดวกสบายมาก สำหรับข้อเสนอแนะ สถานที่ต้องสะอาดไว้ก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อให้รู้สึกน่าเข้ารับบริการ

4.1.9 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 9

เหตุผลที่ตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) เนื่องจาก เพื่อนไปทำเลสิก(Lasik) แล้วมาโฆษณาเชิญชวนให้ไปทำ เลยทำให้รู้สึกอยากทำ และก็รู้สึกว่าขี้เกียจใส่แว่น อยากเป็นอิสระจากการใส่แว่นก่อนไปทำเลสิก(Lasik) ได้หาข้อมูลทั้งจากเพื่อนที่เคยทำแล้ว รวมถึงข้อมูลในอินเทอร์เน็ต โดยทราบว่าเลสิก(Lasik) เป็นวิธีทำให้ตาหายสั้นโดยใช้เลเซอร์ การตัดสินใจทำ ตัดสินใจด้วยตนเอง ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) เน้นเลือกจากราคาถูกและความชำนาญของแพทย์เป็นหลัก โดยหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หลังจากทำมาแล้วรู้สึกพึงพอใจมาก เหมือนได้โลกใบใหม่กลับมา ผลข้างเคียงที่มีบ้างคือตาแห้งแต่ไม่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน และไม่กลัวต่อการเกิดผลข้างเคียงในอนาคต หลังจากที่ทำเลสิก(Lasik) มาแล้ว ได้แนะนำและชักชวนเพื่อนๆไปทำแล้วถึง 4 คน ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เนื่องจากสถานพยาบาลที่ไปใช้บริการทำเลสิก(Lasik) ให้บริการหลัง

การผ่าไม้คั่น ไม่เหมือนในตอนแรกที่เข้าไปหา ทำให้เสียความรู้สึก ซึ่งการบริการทั้งก่อนและหลัง ผ่าเป็นสิ่งสำคัญควรดูแลเอาใจใส่คนไข้ให้มากขึ้น

4.1.10 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาความผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik) คนที่ 10

เหตุผลในการตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) เนื่องจากรู้สึกเบื่อการใส่แว่น ใส่แว่นมานานรู้สึกไม่สวย และทำให้ตึงจนเป็นรอยแว่น จึงตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) โดยการหาข้อมูล หาจากคนใกล้ตัวที่เคยไปทำเลสิก(Lasik) มาก่อนแนะนำ และเคยอ่านเจอในหนังสือ โดยทราบเพียงแค่ เลสิก(Lasik) คือการทำสายตาให้เป็นปกติโดยใช้เลเซอร์ การตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) ตัดสินใจด้วยตนเอง ปัจจัยในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) จะดูในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเป็นอันดับแรก และดูเรื่องชื่อเสียงและประสบการณ์ของแพทย์จากการแนะนำ และราคาต้องอยู่ในเกณฑ์ประมาณ 50,000 บาท ตอนแรกที่เข้ามา รู้สึกไม่พึงพอใจ เพราะเกิดผลข้างเคียงคือ ตาแห้ง มีเงาสะทอน บางครั้งรู้สึกตาเบลอๆ ถ้าแสงไม่ค่อยพอจะอ่านไม่ค่อยได้ ทำให้รู้สึกหงุดหงิด ซึ่งกว่าสายตาจะฟื้นตัวใช้เวลานานถึง 5 เดือน ตอนนั้นก็รู้สึกพึงพอใจมากขึ้น ใช้ชีวิตประจำวันได้ดี และไม่กลัวเรื่องผลข้างเคียงในอนาคต ถ้ามีใครมาขอคำแนะนำในการทำเลสิก(Lasik) จะแนะนำให้ทำ แต่ถ้าทำตั้งแต่อายุน้อยจะดีกว่าการทำตอนอายุมากเหมือนตนเอง เนื่องจากมีปัญหาในส่วนของสายตาร่วมด้วย ในการทำเลสิก(Lasik) จึงต้องหย่อนสายตาสั้นไว้เล็กน้อย ทำให้รู้สึกว่าหายมาครบร้อยเปอร์เซ็นต์ และรู้สึกว่าเมื่ออายุมากขึ้นสายตาจะฟื้นตัวได้ช้ากว่าคนอายุน้อย ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ แพทย์ควรมีการแนะนำเรื่องผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นอย่างละเอียดกว่านี้ เพื่อให้คนที่เข้ารับทำเลสิก (Lasik) รับทราบถึงผลที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ไม่พูดแบบรวบรัด

4.2 กลุ่มผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาคความผิดปกติทางสายตาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ โดยคำถามได้แก่

- เหตุผลที่เลือกการใส่แว่นหรือใส่คอนแทคเลนส์ และไม่เลือกทำเลสิก(Lasik)
- ความคิดเห็นและความรู้ต่อเรื่องการทำเลสิก(Lasik)
- เคยมีแนวคิดที่จะทำเลสิกหรือไม่ และเหตุผลอะไรจึงที่ไม่เลือกการแก้ไขสายตาด้วยการทำเลสิก(Lasik)
- ถ้าสามารถตัดเหตุผลดังกล่าวออกไปได้จะเลือกทำเลสิกหรือไม่เพราะเหตุใด และถ้าเลือกทำ ราคาที่รับได้ต่อการทำเลสิกเป็นเท่าใด ปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวเลือกสถานที่ทำเลสิก

4.2.1 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 1

เหตุผลที่เลือกใส่แว่นเนื่องจาก คิดว่าแว่นตามีความปลอดภัยต่อดวงตามากที่สุดความคิดเห็นต่อการทำเลสิก (Lasik) จากประสบการณ์ที่คนข้างเคียงทำมาแล้วเกิดอาการตาแห้งตลอดเวลา จึงทำให้มีความกังวลใจและกลัวการทำเลสิก(Lasik) และรู้จักการทำเลสิก(Lasik) ว่าเป็นการปรับกระจกตาให้มองเห็นชัดเจนขึ้นเท่านั้น เคยมีความคิดอยากจะทำเลสิก(Lasik) เพราะการไม่ใส่แว่นทำให้ใช้ชีวิตได้ง่ายขึ้น แต่เนื่องจากมีความกังวลเรื่องผลข้างเคียงมากจึงไม่ทำ และจะตัดสินใจทำก็ต่อเมื่อ มีเทคโนโลยีที่ทำแล้วมั่นใจได้จริงๆว่าจะไม่เกิดผลข้างเคียงดังกล่าว โดยเรื่องของราคาที่รับได้ น่าจะอยู่ในช่วง 40,000 – 50,000 บาท ซึ่งถ้ามีคนมาปรึกษาเรื่องการทำเลสิก(Lasik) จะเล่าประสบการณ์ที่เคยได้ฟังมา แล้วให้เค้าพิจารณาเอง

4.2.2 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 2

ใส่แว่นมาตั้งแต่เด็ก และตนเองเป็นภูมิแพ้ต้องขี้ตาตลอดเวลา ทำให้ไม่สามารถใส่คอนแทคเลนส์ เคยปรึกษาแพทย์ ก็ไม่แนะนำให้ใส่คอนแทคเลนส์ และรู้สึกใส่แว่นจนชินไม่ได้รู้สึกเป็นปัญหาแต่อย่างใด มีความรู้เกี่ยวกับเลสิก(Lasik) น้อยมาก รู้แค่ผ่านๆจากคนรอบข้างที่ไปทำมา รู้แค่ว่าทำแล้วดีไม่ต้องใส่แว่น ตนเองไม่ได้รู้สึกกลัวการทำเลสิก(Lasik) แต่เนื่องจากไม่ได้ใส่ใจและไม่คิดว่าการใส่แว่นมีปัญหากับตัวเอง ประกอบกับ เคยทราบมาว่า ทำเลสิก(Lasik) แล้วสายตาก็อาจผิดปกติได้ ต้องกลับมาทำใหม่ ซึ่งรู้สึกไม่คุ้มค่า ราคาแพง จึงไม่ได้มีแนวคิดที่จะทำ

4.2.3 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 3

รู้สึกว่าการใส่แว่นปลอดภัยที่สุด เคยลองใส่คอนแทคเลนส์แล้วแพ้ เนื่องจากเยื่อตาไวเกิน ทำให้เกือบบอด หลังจากนั้นก็ไม่ใส่คอนแทคเลนส์อีกเลย เมื่อก่อนนานมาแล้ว เคยคิดสนใจเรื่องการทำเลสิก(Lasik) แต่เคยไปปรึกษาจักษุแพทย์ แพทย์ไม่แนะนำให้ทำ เพราะจะทำให้เกิดผลข้างเคียงในอนาคต และมีอาการตาแห้ง และใส่แว่นก็ไม่มีปัญหาอะไร รู้สึกเฉยๆ และทราบแล้วว่าเลสิก(Lasik) เป็นการแก้ไขสายตาที่ผิดปกติให้มาเป็นปกติ และไม่ถาวรรู้สึกว่าการเสียมากกว่าผลดีที่จะได้รับจึงไม่คิดทำเลสิก(Lasik) ซึ่งถ้าในอนาคตถึงจะมีเทคโนโลยีมาแก้ไขเรื่องตาแห้ง แต่ก็ยังต้องมาดูเรื่องราคาความคุ้มค่าร่วมด้วยอยู่ดี

4.2.4 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 4

เหตุผลที่เลือกใส่คอนแทคเลนส์ เนื่องจากรู้สึกว่าการบุคลิกภาพดูดีกว่าการใส่แว่น และมีปัญหาเรื่องการใส่แว่นนานๆทำให้เกิดการปวดขมับศีรษะ ทราบว่าการทำเลสิก(Lasik) คือการแก้ไข

ปัญหาสายตา ซึ่งมีความคิดอยากจะทำในอนาคต คิดว่าเป็นการแก้ไขปัญหาสายตาที่ดี แต่อยากรอให้สายตาคงที่ก่อน เพราะมีความเชื่อว่าถ้าสายตาไม่คงที่ เมื่อทำเลสิกไปแล้วก็ต้องกลับมาแก้ไขอีกอยู่ดี โดยราคาที่รับได้ไม่เกิน 100,000 บาท เนื่องจากดวงตาเป็นอวัยวะที่สำคัญ ดังนั้นต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับดวงตา

4.2.5 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 5

เหตุผลในการใส่คอนแทคเลนส์ เนื่องจากสะดวกสบายกว่าการใส่แว่น มั่นใจมากกว่า ไม่มีความรู้ความเข้าใจต่อการทำเลสิก(Lasik) รู้ว่าแค่เป็นการใช้เลเซอร์แก้ไขสายตา แต่ตอนนี้ยังไม่มีแนวคิดที่จะทำเลสิก เนื่องจากค่าสายตายังน้อยอยู่ และใส่คอนแทคเลนส์ก็ไม่ได้มีปัญหาอะไร แต่ถ้านาคตสายตาแย่ลงกว่านี้อาจตัดสินใจทำ เพราะทำให้ใช้ชีวิตสะดวกขึ้น แต่ราคาที่รับได้ต้องไม่เกิน 50,000 บาทเท่านั้น โดยถ้าจะทำเลสิก(Lasik) จะเลือกทำที่โรงพยาบาลเมตตาประชารักษ์ เพราะเคยประสบอุบัติเหตุทางตาและรับการรักษานี้มาก่อน ทำให้มั่นใจ

4.2.6 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 6

ใส่แว่นเนื่องจาก กลัวการติดเชื้อและความไม่สะอาดจากการใส่คอนแทคเลนส์ รู้จักการทำเลสิก(Lasik) ว่าเป็นการยิงเลเซอร์ทำให้สายตากลับมาเป็นปกติ ซึ่งตนเองอยากทำเลสิก(Lasik) แต่ติดปัญหาที่ไม่มีเงิน กลัวเจ็บและแม่ไม่ให้ทำเนื่องจากแม่กลัวและไม่มีข้อมูล ในอนาคตมีความคิดอยากทำเลสิก(Lasik) แต่ราคาที่ทำได้ต้องไม่เกิน 40,000 บาท และอาจต้องพยายามอธิบายให้แม่เข้าใจมากขึ้น

4.2.7 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 7

เหตุผลที่เลือกใส่แว่น เนื่องจากเป็นคนชอบใส่แว่นมากกว่า และรู้สึกเคยชิน ถ้าไม่มีแว่นก็ต้องยกมือขึ้นมาเหมือนดันแว่นขึ้นทุกครั้ง ทำให้รู้สึกเสียบุคลิก ชอบใส่แว่น และเปลี่ยนแว่นบ่อยตามแฟชั่นไปเรื่อย ๆ รู้จักการทำเลสิก(Lasik) จากการบอกเล่ามา ว่าเป็นวิธีแก้สายตาสั้น จริงๆแล้วเมื่ออยากให้ทำ และเคยไปปรึกษาแพทย์มา ซึ่งทราบว่ามีโอกาสกลับมาสั้นได้อีก ทำให้รู้สึกว่าทำแล้วอาจเกิดการเสียเงินเปล่า และตนเองก็ชอบใส่แว่นอยู่แล้ว จึงไม่มีแนวคิดจะทำเลสิก(Lasik) เลยไม่ว่าจะมีโปรโมชั่นจูงใจเพียงใดก็ตาม

4.2.8 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 8

สาเหตุที่เปลี่ยนจากการใส่แว่นมาใส่คอนแทคเลนส์ เพราะกลัวไม่สวย รู้สึกว่าการใส่แว่นทำให้แต่งตัวไม่เข้าชุด และช่วงที่เรียนต้องมองกล้องจุลทรรศน์เพื่อดูสาร ทำให้รู้สึกไม่สะดวก และแว่นจะกดบริเวณสันจมูก ทำให้เป็นรอย และรู้สึกหนักแว่น รู้จักการทำเลสิก(Lasik) ว่าเป็นการเปิดกระจกตาและฝนเลนส์ตา เพื่อรักษาสายตาสั้น ยาว และเอียง สำหรับตนคิดว่าการทำเลสิกน่ากลัว เคยอ่านจากในหนังสือ พบว่าต้องมีการหยอดยาชาและถ่างตา จึงรู้สึกกลัว และคิดว่าถ้าวางยาสลบไปเลยจะรู้สึกดีกว่าที่ต้องเห็นการผ่าตัด และกลัวความเสี่ยงในเรื่องของการตาบอดจากการทำเลสิก(Lasik) หากเกิดข้อผิดพลาดใดๆขึ้นมา จึงรู้สึกยังไม่กล้าทำเลสิก แต่ถ้าสามารถให้สลบไปโดยไม่รับรู้อะไรเลยตอนทำการผ่าตัด ก็อาจจะกล้าทำมากขึ้น โดยงบประมาณควรอยู่ที่ประมาณ 40,000 – 50,000 บาท ซึ่งรู้สึกว่าถูกเกินไปก็กลัว แพงเกินไปก็อาจจะจ่ายไม่ไหว โดยสถานที่ทำเลสิก ควรจะไปกลับสะดวกใกล้บ้าน และยิ่งถ้ามีระบบรับส่งด้วยจะดีมากเพราะการที่ไปทำเลสิก(Lasik) ลำพัง อาจทำให้การไปกลับบ้านลำบาก

4.2.9 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 9

ที่เริ่มหันมาใส่คอนแทคเลนส์เนื่องจาก อยากดูดีตามแฟชั่น ไม่อยากใส่แว่น และตาก็มีปัญหา ที่กระจกตาหนาเกิดไป และมีโรคความดันโลหิตสูง ทำให้ไม่สามารถทำเลสิก(Lasik) ได้ ซึ่งจริงๆแล้วรู้สึกอยากทำเลสิก และรู้จักเลสิก(Lasik) ว่าเป็นการใช้เลเซอร์ผ่ากระจกตา ไม่รู้สึกกลัวต่อการทำเลสิกในการเกิดผลข้างเคียงใดๆ ซึ่งถ้ามีเทคโนโลยีที่สามารถทำเลสิกในผู้ที่มีการกระจกหนาผิดปกติได้อย่างปลอดภัยก็รู้สึกอยากที่จะทำ โดยคิดว่างบประมาณที่รับได้ไม่เกิน 100,000 บาท และการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) จะเลือกจากโรงพยาบาลที่คุ้นเคย และมีความชำนาญในการทำเลสิก(Lasik) เป็นหลัก รวมถึงความใหม่และทันสมัยของเครื่องมือต่างๆเป็นสำคัญ

4.2.10 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์ คนที่ 10

เหตุผลที่มาใส่คอนแทคเลนส์ เนื่องจากการใส่แว่นรู้สึกว่าทำให้บุคลิกภาพไม่ดี ดูไม่สวยงาม และใส่แว่นนานๆรู้สึกปวดหัวคอขมับ และกลัวในเรื่องตาสั้น รู้จักการทำเลสิก(Lasik) ว่าเป็นการเปิดกระจกตา และยิงเลเซอร์ที่เลนส์ตาเพื่อเป็นการปรับโฟกัสให้ตาแก้ปัญหาสายตาสั้น เอียง ยาว ตนเองเคยคิดอยากทำเลสิก(Lasik) แต่เนื่องจากตนเองมีปัญหาเรื่องตาแห้งอยู่แล้ว จึงกลัวว่าถ้าทำเลสิก(Lasik) จะทำให้มีปัญหาเรื่องตาแห้งมากยิ่งขึ้นไปอีก ประกอบกับสายตาสั้นยังไม่มาก จึงรู้สึกเสียค่าใช้จ่าย แต่ถ้าสายตาสั้นมากขึ้น หรือใส่คอนแทคเลนส์ไม่ได้จริงๆอาจคิดทำเลสิก(Lasik) ในอนาคต แต่ราคาคงอยู่ในงบประมาณ 50,000 บาท

โดยปัจจัยที่สำคัญในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) จะเลือกจากตัวของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นหลัก ประสบการณ์ในการทำเลสิก(Lasik) ของแพทย์ ควบคู่กับราคา

4.3 กลุ่มที่3 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำเลสิก

จริงๆแล้วการทำเลสิก(Lasik) ก็มีมานานแล้วนะ เพราะฉะนั้นมันก็เป็นที่ยอมรับกันอยู่แล้วมันมีข้อดีคือสามารถที่จะแก้ไขปัญหาเรื่องสายตาได้ และสำหรับคนที่ใส่คอนแทกเลนส์แล้วมีปัญหาใส่ไม่ได้และไม่อยากใส่แว่น หรือ กรณีที่เป็นภูมิแพ้เยอะๆ กรณีที่ช่วงที่สามารถแก้ไขปัญหายาตาได้ดี คือช่วงอายุ 20-40 ปี ข้อเสีย คือถ้าเราสามารถเลือกคนไข้ที่ไม่มีความเสี่ยง ข้อเสียมันก็ค่อนข้างน้อย อาจจะมีในกรณีที่ทำไม่ได้ คือพวกกระจกตามีปัญหา เป็น โรคกระจกต่าย้วย (Keratoconus) หรือกระจกตามีรูปร่างผิดปกติเยอะๆก็ทำไม่ได้ ซึ่งในปัจจุบันเลสิก(Lasik) ก็เป็นที่ยอมรับกันและเป็นเทคโนโลยีที่คงที่ไม่ได้เปลี่ยนไปมาก ยกเว้นว่าจะมีเครื่องมือใหม่ๆมาช่วย ยกตัวอย่างเช่น เฟรมโต เลสิก ซึ่งถ้าถามว่า เฟรมโตเลสิก กับเลสิก(Lasik) ที่ใช้ใบมีดแตกต่างกันมากมัย ก็ไม่น่าจะแตกต่างกันมากยกเว้นในรายที่มีความเสี่ยงเรื่องกระจกต่าย้วย หรือได้ประโยชน์ในคนไข้บางกลุ่มมากกว่า ซึ่งคนไข้ทั้งผู้หญิงและผู้ชายไม่ได้แตกต่างกัน แต่ว่า ถ้าพูดถึงปัญหายาตาแห้งหลังทำ การทำ PRK จะเกิดน้อยกว่าการทำเลสิก(Lasik) เพราะฉะนั้น ผู้หญิงถ้าที่ภาวะตาแห้งแล้วผ่า ควรเลือกวิธี PRK มากกว่า เลสิก(Lasik) ส่วนปัจจัยหลักที่คิดว่าคนไข้มาเลือกทำเนื่องจากเป็นศูนย์เลสิก(Lasik) ที่เป็นที่รู้จัก มีความเชี่ยวชาญด้านตาโดยเฉพาะ คนไข้ค่อนข้างไวใจว่าแพทย์มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ทำให้เกิดความเชื่อใจ และอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ว่า เกิดจากการบอกต่อในคนที่เคยทำไปแล้ว ญาติพี่น้องชักชวนให้ทำ ซึ่งเมื่อก่อนอาจจะมีบ้างที่คนกลัวแล้วเกิดคำถามว่าทำไมหมอตกลงใส่แว่น แต่ในปัจจุบันไม่มีแล้วนะคำถามแบบนี้จากคนไข้เพราะจริงๆแล้วหมอก็ทำตัวเองทำเลสิก(Lasik) ก็มีหลายคน แต่บางคนที่ไม่ใส่แว่นก็อาจเป็นในเรื่องอายุที่มาก หรือมีปัญหาตาแห้ง ซึ่งคนไข้เดี๋ยวนี้ค่อนข้างไม่กลัวและเข้าใจมากขึ้นและไม่ได้กังวลใดๆ ส่วนสำหรับแนวโน้มของศูนย์เลสิก(Lasik) ในอนาคต มองว่า เหมือนกับศูนย์ผิวหนัง ที่เป็นการปรับลุคตัวเองให้ดูดี ไม่จำเป็นต้องอิงโรงพยาบาลมาก อาจมีแนวโน้มเปิดแบบเดี่ยวๆด้วยตัวเองเหมือนคลินิกเสริมความงาม เป็นเวชกรรมคลินิกเดี่ยวๆมากขึ้น ส่วนคำถามที่มักพบส่วนใหญ่จะเป็นถ้าอายุมากเกิน 40 ปีแล้วจะสามารถทำได้มัย แต่ถ้าส่วนใหญ่มั่นใจที่จะทำแล้วมาตรวจแล้วพบว่าทำได้ก็จะไม่ค่อยมีคำถาม ยกเว้นบางคนที่เคยไปตรวจที่อื่นมาก่อนแล้วว่าทำไม่ได้แต่มาตรวจกับเราแล้วปรากฏว่าทำได้ เสน่ห์ก็อาจต้องอธิบายกันยาว

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาสายตาในผู้ที่สายตาผิดปกติ และพฤติกรรมและทัศนคติของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก(Lasik) ที่มีปัญหาด้านสายตา ต่อการทำเลสิก (Lasik) สำหรับคนไข้และตนเอง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัยโดยสรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 กลุ่มที่ 1 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้านสายตาผิดปกติทางสายตาด้วยการทำเลสิก (Lasik)

เหตุผลในการตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) เนื่องจากส่วนใหญ่รู้สึกว่าการใส่แว่นแล้วทำให้ทำกิจกรรมบางอย่างในชีวิตไม่สะดวก ซึ่งได้แก่ การดำน้ำ ตัดผม และรู้สึกว่าการใส่แว่นทำให้ไม่สวย และเสียบุคลิกภาพ โดยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูล ส่วนใหญ่ มักหาข้อมูลจากการสอบถามจากคนรู้จักที่เคยทำเลสิกมาก่อน และหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยพบว่าส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการทำเลสิก(Lasik) เพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยทราบเพียงแค่เลสิกเป็นการแก้ปัญหาสายตาโดยใช้เลเซอร์เพียงเท่านั้น ส่วนใหญ่ตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) ด้วยตนเอง ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) ส่วนใหญ่พบว่าให้ความสำคัญกับตัวแพทย์เป็นหลัก ทั้งในเรื่องชื่อเสียงและความชำนาญในการทำเลสิก โดยข้อมูลส่วนใหญ่มาจากคนรู้จักที่ทำเลสิกแล้วดีบอกต่อ ทำให้มั่นใจ เท่าๆกับให้ความสำคัญกับเรื่องราคา โดยพบว่าหลังจากการทำเลสิก(Lasik) แล้ว ส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจถึงพึงพอใจมาก และหลังจากทำแล้วส่วนใหญ่ไม่เกิดผลข้างเคียงใดๆ และไม่รู้สีกว่าเรื่องผลข้างเคียงในอนาคต กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รู้สึกยินดีที่จะแนะนำคนที่มีปัญหาเรื่องสายตาให้ทำเลสิก แต่ แนะนำสำหรับคนที่อายุน้อยจะดีกว่า เพราะสายตาจะฟื้นตัวง่ายกว่า และโอกาส

เกิดผลข้างเคียงน้อยกว่าคนที่อายุมาก กลุ่มตัวอย่างมีการเสนอแนะในเรื่องของปัญหาในเรื่องคิววาระการลดลงให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น แพทย์ควรบอกถึงผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นให้ครบถ้วนชัดเจน เพื่อให้ผู้ป่วยได้เตรียมตัวและไม่เกิดการกลัวภายหลัง รวมถึงมีการแนะนำในส่วนของการบริการควรมีการดูแลทั้งก่อนและหลังการบริการอย่างดี อาจมีรับส่งผู้ป่วยหลังทำเลสิก(Lasik) ซึ่งผู้ป่วยที่มากคนเดียวจะได้ตัดปัญหาเรื่องการไปกลับบ้านหลังทำเลสิก(Lasik) และถ้าสามารถพัฒนาเทคโนโลยีทำให้ผลข้างเคียงลดลงและไม่รู้สึกเจ็บเวลาทำเลสิก(Lasik) ก็จะทำให้คนกล้าที่จะทำเลสิก(Lasik) มาก

5.1.2 กลุ่มที่ 2 ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหาด้วยการใส่แว่นหรือคอนแทคเลนส์

ยังไม่ตัดสินใจทำ เนื่องจาก กลัวผลข้างเคียง เช่น ตาแห้ง , รู้สึกว่า การทำเลสิก(Lasik) ไม่ได้ทำให้สายตาหายเป็นปกติได้ถาวร , สายตาสั้นเพียงเล็กน้อยรู้สึกไม่คุ้มค่า ปัญหาเรื่องทางกายภาพที่ไม่สามารถทำได้และปัญหาเรื่องราคาแพง ในขณะที่กลุ่มที่ไม่มีแนวคิดที่จะทำเลสิก(Lasik) เลย เนื่องจาก ไม่รู้สึกมีปัญหาเกี่ยวกับการใส่แว่นใดๆ และกลัวผลข้างเคียงในเรื่องตาบอด แต่ถ้าสามารถแก้ปัญหาในสิ่งที่กังวลก็อยากจะกลุ่มที่ใส่แว่น ให้เหตุผลที่ใส่แว่น เนื่องจากรู้สึกว่าการใส่แว่นเป็นวิธีที่ปลอดภัยต่อดวงตามากที่สุด ส่วนกลุ่มที่ใส่คอนแทคเลนส์ ให้เหตุผลที่ใส่คอนแทคเลนส์เนื่องจาก ทำให้บุคคลิกภาพดีกว่าการใส่แว่นและสวยงาม ผู้ร่วมวิจัยส่วนใหญ่เคยมีแนวคิดที่จะทำเลสิก มี แต่ยังไม่มีความรู้เรื่องเลสิก(Lasik) เท่าที่ควร โดยเหตุผลที่ทำเลสิก(Lasik)

5.1.3 กลุ่มที่ 3 แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำเลสิก

การทำเลสิก(Lasik)เป็นที่ยอมรับกันอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยผู้ที่เข้ารับบริการเลสิก(Lasik) เองต้องได้รับการตรวจก่อนว่ามีความพร้อมที่จะทำเลสิก(Lasik) หรือไม่ ซึ่งโอกาสเกิดผลข้างเคียงจะมีน้อยมาก แต่กรณีผู้ที่ตรวจแล้วมีความเสี่ยงแพทย์ก็ควรจะแนะนำวิธีการแก้ไขสายตาที่เหมาะสม เพราะเลสิก(Lasik) ก็มีข้อจำกัดในการทำเช่นเดียวกัน ในขณะที่ปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ทำเลสิก แพทย์เห็นว่า ส่วนใหญ่ผู้เข้ารับบริการเลือกจากความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะของแพทย์เป็นหลักและส่วนใหญ่เป็นการแนะนำและบอกต่อจากเพื่อนและญาติ โดยแนวโน้มในอนาคตมองว่า ศูนย์เลสิกจะทำตามรูปแบบคลินิกผิวหนังมากขึ้น โดยเปิดเดี่ยวๆไม่อิงกับโรงพยาบาล และทำตัวเป็นเวชกรรมคลินิกมากขึ้นในอนาคต

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ร่วมวิจัยและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก(Lasik) ในหัวข้อศึกษาพฤติกรรม ความคิดเห็นและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาสายตาในผู้ที่สายตาผิดปกติ และพฤติกรรมและทัศนคติของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเลสิก(Lasik) ต่อการทำเลสิก(Lasik) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดย สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

ผู้ร่วมวิจัยที่แก้ปัญหามองสายตาดำเนินการทำเลสิก(Lasik) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ประมาณ 30 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทและธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ค่าสายตา ก่อนทำเลสิก สั้นมากกว่า 400 และราคาในการทำเลสิก(Lasik) อยู่ประมาณ 40,000-50,000 บาท ซึ่งสาเหตุที่ตัดสินใจทำเลสิก(Lasik) ส่วนใหญ่เนื่องจากรู้สึกว่าการใส่แว่นแล้วทำให้ทำกิจกรรมบางอย่างในชีวิตไม่สะดวก และการใส่แว่นทำให้ไม่สวยและเสียบุคลิกภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นางชัชฎา ถิระชัยกุล (2552) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิก(Lasik) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการทำเลสิก(Lasik) มีสาเหตุมาจากการไม่ต้องการใส่แว่นตา และการศึกษาของ ขจริน บุญนา (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการเลสิก(Lasik) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีเหตุผลในการใช้บริการคือไม่ต้องการใส่แว่นตา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับเลสิก(Lasik) ส่วนใหญ่พบว่า หาข้อมูลจากการวิจัยพบว่า ผู้ร่วมวิจัยมักหาข้อมูลจากการสอบถามจากคนรู้จักที่เคยทำเลสิกมาก่อน และ หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นหลัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการวิจัยของ มาริกา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจเข้ารับการแก้ปัญหามองสายตาดำเนินวิธีเลสิก(Lasik) ซึ่งพบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเลสิก(Lasik) มากที่สุด จากสื่อมวลชนประเภทนิตยสารสตรี และสื่อมวลชนประเภทป้ายโฆษณาวิทยุ

ความรู้เกี่ยวกับการทำเลสิก(Lasik) ส่วนใหญ่ผู้ร่วมวิจัยมีความรู้เกี่ยวกับการทำเลสิก(Lasik) ระดับน้อยถึงน้อยมาก โดยส่วนใหญ่รู้แล้วว่า การทำเลสิก(Lasik) คือการแก้ไขสายตาโดยใช้เลเซอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริกา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจเข้ารับการแก้ปัญหามองสายตาดำเนินวิธีเลสิก(Lasik) ซึ่งพบว่าผู้มีสายตาผิดปกติจำนวนมากเกินครึ่งสามารถบอกได้เพียงว่า เลสิก(Lasik) เป็นการแก้ไขปัญหามองสายตาโดยใช้แสงเลเซอร์ในการผ่าตัด

การตัดสินใจในการทำเลสิก(Lasik) ส่วนใหญ่ผู้ร่วมวิจัยตัดสินใจด้วยตนเองเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนางชัชฎา ถิระชัยกุล (2552) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิก(Lasik) ของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร พบว่าตัดสินใจเข้ารับการรักษาด้วยตนเอง พบว่า ผู้ร่วมวิจัยตัดสินใจเข้ารับการรักษาด้วยตนเองมากที่สุด

ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) ส่วนใหญ่พบว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรทางการแพทย์เป็นหลัก ทั้งในเรื่องชื่อเสียงและความชำนาญในการทำเลสิก(Lasik) โดยข้อมูลส่วนใหญ่มาจากคนรู้จักที่ทำเลสิก(Lasik) แล้วดีบอกต่อ เท่าๆกับความสำคัญในปัจจัยด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของขจริน บุญนาค (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการเลสิก(Lasik) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา และสอดคล้องกับงานวิจัยของนายณัฐพงศ์ คำบุรี(2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมสำหรับจัดฟันของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกจัดฟัน มากที่สุด ได้แก่ ความเชี่ยวชาญและชื่อเสียงของทันตแพทย์

เรื่องความพึงพอใจหลังเข้ารับบริการพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังจากการทำเลสิก(Lasik) และไม่เกิดผลข้างเคียงใดๆ รวมถึงส่วนใหญ่ไม่กลัวต่อผลข้างเคียงในอนาคต และนอกจากนี้ส่วนใหญ่อยากแนะนำและบอกต่อผู้อื่นต่อไป โดยข้อเสนอแนะที่กล่าวถึงมากที่สุดจะเป็นเรื่องการรอคิวและเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ เท่าๆกับ การตั้งราคาให้สมเหตุสมผล

ผู้เข้าร่วมวิจัยที่ไม่ทำเลสิก(Lasik) พบว่า กลุ่มที่เลือกใส่แว่นส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการใส่แว่นเป็นวิธีที่ปลอดภัยต่อดวงตามากที่สุดและไม่รู้สึกเป็นปัญหาใดๆ ส่วนกลุ่มที่เลือกใส่คอนแทคเลนส์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าทำให้บุคลิกภาพดีกว่าการใส่แว่นและสวยงาม โดยผู้วิจัยส่วนใหญ่เคยมีแนวคิดว่าอยากทำเลสิก(Lasik) แต่ยังไม่ตัดสินใจทำเนื่องจากกลัวเรื่องผลข้างเคียงที่จะเกิดขึ้นและการทำเลสิก(Lasik) ไม่สามารถทำให้สายตาปกติได้อย่างถาวร สามารถกลับมาเป็นซ้ำได้ และส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องเลสิกเพียงเล็กน้อย ว่าเลสิก(Lasik) คือ การแก้ไขสายตาโดยใช้เลเซอร์เพียงเท่านั้น และถ้าแก้ไขปัญหาที่กังวลได้ส่วนใหญ่ก็มีแนวคิดที่จะทำเลสิก(Lasik)

5.3 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการรับรู้ข้อมูลการทำเลสิก (Lasik) ส่วนใหญ่มาจากอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์เป็นหลัก ซึ่งแตกต่างจากสมัยก่อน ดังนั้นศูนย์เลสิก (Lasik) ควรให้ความสำคัญในการสร้างแหล่งข้อมูลทางสื่อออนไลน์ให้น่าเชื่อถือ มีข้อมูลครบถ้วน และควรมีคนที่ทำหน้าที่ดูแลตอบคำถามทางเว็บไซต์ให้แก่ผู้ที่สนใจ เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ดีขึ้น

จากการวิจัยจะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่การรับรู้และการตัดสินใจข้อมูลมักมาจากคนที่เคยทำเลสิก(Lasik) มาแล้วบอกต่อ ซึ่งถ้าศูนย์เลสิก (Lasik) รักษามาตรฐานในการทำและการบริการทั้งก่อนและหลังทำเลสิก (Lasik) อย่างดี มีการดูแลอย่างดี ก็จะก่อให้เกิดความประทับใจและเกิดการบอกต่อ ทำให้ได้ผู้รับบริการรายใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น

จากการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่แล้วคนทั่วไปยังคงมีความรู้ความเข้าใจในการทำเลสิก(Lasik) เพียงผิวเผิน ถ้าสามารถสร้างการรับรู้ถึงข้อมูลให้มากขึ้น เช่น การจัดเสวนาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ มีการให้ข้อมูลเพื่อแก้ไขข้อมูลที่ทำให้เข้าใจผิดต่างๆ รวมไปถึงแพทย์ควรให้ข้อมูลให้ผู้เข้ารับบริการทราบก่อนทำอย่างครบถ้วน ก็จะทำให้ความกังวลในการทำเลสิก (Lasik) ลดลง การตัดสินใจทำจะง่ายขึ้น

ปัจจัยในการรอคิวนานเป็นสิ่งที่ผู้เข้ารับบริการพูดถึงมากที่สุด ดังนั้น อาจทำการแก้ไขโดยศูนย์เลสิก(Lasik) ต้องมีการจัดรูปแบบคิวอย่างเป็นระบบ ลดความยุ่งยากซับซ้อนในกระบวนการเข้ารับบริการ เพื่อลดเวลาและลดความแออัดของผู้เข้ารับบริการ

เนื่องจากการสัมภาษณ์พบว่า มีการพูดถึงปัจจัยการเลือกสถานที่ทำเลสิก(Lasik) ที่เดินทางสะดวกจำนวนหนึ่ง แต่เนื่องจากเรื่องสถานที่อาจไม่สามารถแก้ไขอะไรได้ แต่ถ้าศูนย์เลสิกเองมีบริการพิเศษ เช่น มีรถรับส่งไปกลับวันที่ทำเลสิก (Lasik) ก็จะทำให้แก้ปัญหาเรื่องความสะดวกในการเดินทางได้ สร้างความสะดวกแก่ผู้ที่มาใช้บริการเพียงคนเดียวและทำให้ผู้เข้ารับบริการรู้สึกประทับใจมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กุศล สุนทรธาดา และวรชัย ทองไทย. 2539. “ลักษณะผู้ใช้บริการและปัจจัยกำหนดการใช้บริการรักษาพยาบาลในภาคเอกชน.” รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยมหิดล.ม.ป.ท..
- ขจาริน บุณนาถ. พฤติกรรมการใช้บริการเลสิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2546.
- จณินกฤตย์ ราชย์. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรม. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- ซัชชฎา ถิระชัยกุล. การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการรักษาสายตาด้วยวิธีเลสิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552.
- ณัฐพงศ์ คำบุรี. พฤติกรรมการใช้บริการเลสิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- มาริกา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และความตั้งใจเข้ารับการแก้ปัญหาสายตาด้วยวิธีเลสิก. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ไทยรัฐฉบับพิมพ์. สัมคมออนไลน์..ทำคนไทยเสี่ยงตาเสื่อม ดิจจอ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.thairath.co.th/content/479495>. (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2557)
- ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. บิ๊ก 3 เลสิก อัปเดตเทคโนโลยี+คน ตอบคอนซูเมอร์ อินไซด์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก
<http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9530000080613>. (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2557)
- โรงพยาบาลเมตตาประชารักษ์ (วัดไร่ขิง) กรมการแพทย์กระทรวงสาธารณสุข. ภาวะสายตาผิดปกติและวิธีแก้ไข. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.metta.go.th/knowledge/knoweye/eyevdo/93-eyecare2>. (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2557)

บรรณานุกรม (ต่อ)

ไทยรัฐฉบับพิมพ์. สังคมออนไลน์..ทำคนไทยเสี่ยงตาเสื่อม ตีจ่อ 7.2 ชั่วโมงต่อวัน. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.thairath.co.th/content/479495>. (วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2557)

ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. บั๊ก 3 เลสิก อัดเทคโนโลยี+คน ตอบคอนซูเมอร์ อินไซต์. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก:
<http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9530000080613>.
(วันที่ค้นข้อมูล: 12 ธันวาคม 2557)

Andersen, Ronald M.,Joanna Kravits, and Odin W. Anderson, eds.1975. Equity in Health Services: Empirical Analyses in Social Policy

Schiffman, L. and L. Kanuk, (1991). Consumer Behavior. Singapore, Prentice-Hall