

## บทที่ 4

### ผลที่ได้จากการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มสัมภาษณ์ผู้ที่ใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 163 ตัวอย่าง ในระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549 ซึ่งมีการกระจายตัวของตัวอย่างดังแจกแจงในตารางที่ 4.1

#### ตารางที่ 4.1

พื้นที่ จำนวนคลินิกและจำนวนตัวอย่างที่สุ่มสัมภาษณ์

พื้นที่	จำนวนคลินิก (ร้าน)	จำนวนตัวอย่าง(คน)
ประตูน้ำ / สยาม	7	35
ปิ่นเกล้า	6	30
ลาดพร้าว / จตุจักร	7	35
รามคำแหง	4	20
ท่าพระ / บางแค / พระราม 2	4	20
บางนา / รามอินทรา	5	23
รวม	33	163

ที่มา : การเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาที่ได้จากแบบสอบถาม โดยนำเสนอและวิเคราะห์จากตาราง ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เหตุผลในการเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณ จำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และทดสอบความสัมพันธ์ของจำนวนครั้งและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือน ด้วยเครื่องมือทางสถิติไคสแควร์ (chi-square test)

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาย่อยที่กำหนดการให้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณ ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ซึ่งมี 2 กลุ่มแบบจำลองคือ กลุ่มที่ตัวแปรตามเป็นจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มที่ตัวแปรตามเป็นค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือน

#### 4.1 ผลการศึกษาที่ได้จากแบบสอบถาม

##### 4.1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 163 คน ที่ตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์สามารถสรุปลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-40 ปี มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และช่วงอายุสูงกว่า 40 ปีมีจำนวน 18 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.0 โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 (ตารางที่ 4.2) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนในวัยทำงานเพศหญิง ซึ่งตรงตามสมมติฐานอีกทั้งสอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบันที่ประชากรเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้มาใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังเกือบร้อยละ 30 เป็นเพศชาย แสดงว่าเพศชายก็ให้ความสำคัญกับผิวหนังมากพอสมควร และยังพบว่าร้อยละ 50.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 20-40 ปี ในขณะที่เพศหญิงที่อยู่ในช่วงอายุเดียวกันมีจำนวนสูงถึงร้อยละ 82.6 แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงในช่วงอายุ 20-40 ปี มีความต้องการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังมากกว่าเพศชายมาก ในขณะที่ช่วงอายุอื่นๆเพศชายให้ความสนใจต่อบริการคลินิกรักษาผิวหนังมากกว่าเพศหญิง และที่น่าสนใจคือผู้ใช้บริการเพศชายถึงร้อยละ 35.4 อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี นั่นคือเด็กนักเรียนวัยรุ่นเพศชายให้ความสนใจใช้บริการคลินิกมากกว่าเพศหญิงในวัยเดียวกัน อาจเป็นเพราะฮอร์โมนในร่างกายของเพศชายมีผลต่อการเกิดสิวและปัญหาผิวหนังมากกว่าในเพศหญิง และจากการสัมภาษณ์ยังพบว่าผู้ใช้บริการคลินิกเพศชายจำนวน 4 คน มีปัญหาสิวเนื่องจากการฝึกภาคสนามในการเรียนวิชาทหารทำให้ต้องมาใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนัง

ตารางที่ 4.2  
ช่วงอายุและเพศของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ (ปี)	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	17 (65.4)	35.4	9 (34.6)	7.8	26 (100.0)	16.0
20-40	24 (20.2)	50.0	95 (79.8)	82.6	119 (100.0)	73.0
สูงกว่า 40	7 (38.9)	14.6	11 (61.1)	9.6	18 (100.0)	11.0
รวม	48 (29.4)	100.0	115 (70.6)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549  
ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

จากตารางที่ 4.3 ซึ่งแสดงระดับการศึกษาและเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีโดยมีจำนวน 106 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.6 และเป็นผู้มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 15.3 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีการศึกษาระดับปริญญาตรีถึงร้อยละ 74.8 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเพียงร้อยละ 41.7 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีระดับการศึกษาที่สูงกว่าและต่ำกว่าระดับปริญญาตรีในสัดส่วนที่มากกว่าเพศหญิงทั้ง 2 ระดับ

นอกจากนี้ข้อมูลในตารางที่ 4.2-4.3 ยังแสดงให้เห็นว่ามีความสอดคล้องกันระหว่างอายุและระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง อีกทั้งพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี และมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีเป็นช่วงเดียวกันที่เพศชายใช้บริการคลินิกมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเพศชายเกือบร้อยละ 70 (ร้อยละ 65.4 และ 68.0 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.3  
ระดับการศึกษาและเพศของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาสูงสุด	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	17 (68.0)	35.4	8 (32.0)	7.0	25 (100.0)	15.3
ปริญญาตรี	20 (18.9)	41.7	86 (81.1)	74.8	106 (100.0)	65.0
สูงกว่าปริญญาตรี	11 (34.4)	22.9	21 (65.6)	18.3	32 (100.0)	19.6
รวม	48 (29.4)	100.0	115 (70.6)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

สำหรับลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องอาชีพ โดย ตารางที่ 4.4 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดถึง 80 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 20.9 ส่วนผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 17.2

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่ามีความสอดคล้องกันในเรื่องการศึกษาและอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง นั่นคือ ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ คือ นักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 52) และผู้ประกอบอาชีพเป็นแม่บ้านและลูกจ้างชั่วคราว (รวมกันได้ร้อยละ 28) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นแม่บ้านมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 100 และผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้างชั่วคราวมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีถึงร้อยละ 50 ในขณะที่ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 60.4) จะประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 43.8) จะเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ที่ประกอบกิจการส่วนตัวเกินครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 60) มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของสังคมในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.4  
อาชีพและระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	ระดับการศึกษา						รวม	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
นักเรียน / นักศึกษา	13 (38.2)	52.0	21 (61.8)	19.8	0 (0.0)	0.0	34 (100.0)	20.9
พนักงาน บริษัทเอกชน	4 (5.0)	16.0	64 (80.0)	60.4	12 (15.0)	37.5	80 (100.0)	49.1
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1 (3.6)	4.0	13 (46.4)	12.3	14 (50.0)	43.8	28 (100.0)	17.2
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.0)	0.0	4 (40.0)	3.8	6 (60.0)	18.8	10 (100.0)	6.1
แม่บ้าน	3 (100.0)	12.0	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	1.8
ลูกจ้างชั่วคราว	4 (50.0)	16.0	4 (50.0)	3.8	0 (0.0)	0.0	8 (100.0)	4.9
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	25 (15.3)	100.0	106 (65.0)	100.0	32 (19.6)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

นอกจากระดับการศึกษาและอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกันแล้ว การประกอบอาชีพยังสอดคล้องกับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างด้วย โดยข้อมูลในตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ในช่วง 15,001-30,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด โดยมีถึง 54 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ในช่วง 6,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.9 และจากตารางที่ 4.5 ยังแสดงให้เห็นว่าพนักงานบริษัทเอกชนมีสัดส่วนสูงที่สุดในทุกกลุ่มรายได้ ยกเว้นกลุ่มรายได้ต่ำกว่า

6,000 บาท ซึ่งเป็นนักเรียน/นักศึกษาถึงร้อยละ 79.3 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชนส่วนใหญ่มีรายได้สูงกว่า 15,000บาท/เดือนขึ้นไป (ร้อยละ 78.6 และร้อยละ 62.5 ตามลำดับ) ครึ่งหนึ่งของผู้ประกอบการส่วนตัวมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ในขณะที่ผู้ประกอบการอาชีพแม่บ้านส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.7) มีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท

ซึ่งจากตารางที่ 4.4 และ 4.5 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และรายได้ โดยระดับการศึกษาที่สูงขึ้น จะทำให้มีโอกาสประกอบอาชีพที่เป็นเอกชนและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากขึ้น และมีรายได้ที่สูงขึ้นตามไปด้วย ข้อมูลนี้จึงเป็นการยืนยันความสัมพันธ์กันเอง (Multicollinearity) ของตัวแปรระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตารางที่ 4.5  
อาชีพและรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	รายได้ต่อเดือน (บาท)								รวม	
	ต่ำกว่า 6,000		6,000-15,000		15,001-30,000		มากกว่า 30,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
นักเรียน / นักศึกษา	23 (67.6)	79.3	9 (26.5)	17.3	1 (2.9)	1.9	1 (2.9)	3.6	34 (100.0)	20.9
พนักงาน บริษัทเอกชน	0 (0.0)	0.0	30 (37.5)	57.7	36 (45.0)	66.7	14 (17.5)	50.0	80 (100.0)	49.1
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1 (3.6)	3.4	5 (17.9)	9.6	14 (50.0)	25.9	8 (28.6)	28.6	28 (100.0)	17.2
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.0)	0.0	2 (20.0)	3.8	3 (30.0)	5.6	5 (50.0)	17.9	10 (100.0)	6.1
แม่บ้าน	2 (66.7)	6.9	1 (33.3)	1.9	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	1.8
ลูกจ้างชั่วคราว	3 (37.5)	10.3	5 (62.5)	9.6	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	8 (100.0)	4.9
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	29 (17.8)	100.0	52 (31.9)	100.0	54 (33.1)	100.0	28 (17.2)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

#### 4.1.2 เหตุผลในการเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ

ในเรื่องของเหตุผลในการเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ถึงเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณในปัจจุบัน แล้วนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุผลในการเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณกับตัวแปรต่างๆ เกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มผู้ใช้บริการคลินิก พบว่าโดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้เหตุผลสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณกับเรื่องคุณภาพการรักษามากที่สุด โดยมีจำนวนถึง 90 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาคือเรื่องที่ตั้งของคลินิกที่สะดวกแก่การมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 26.4 ส่วนลำดับที่สามเป็นเรื่องชื่อเสียงของคลินิก คิดเป็นร้อยละ 15.3 (ตารางที่ 4.6 - 4.11) และเมื่อแยกดูเป็นรายกลุ่มตัวอย่างพบว่าทุกกลุ่มมีสัดส่วนที่ระบุเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิกเป็นทั้ง 3 เหตุผลข้างต้นตามลำดับที่สอดคล้องกับภาพรวม ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างจะเป็นเพศชายหรือหญิง มีช่วงอายุเท่าใด มีการศึกษาหรือมีรายได้ระดับใด หรือประกอบอาชีพใดก็ตาม (ตารางที่ 4.6-4.11)

อย่างไรก็ตาม เมื่อดูขนาดของสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ระบุเหตุผลสำคัญที่สุดตามช่วงอายุ (ตารางที่ 4.7) พบว่ามีขนาดของสัดส่วนที่ต่างกัน เช่น กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี จะมีสัดส่วนที่ให้ความสำคัญกับที่ตั้งของคลินิก (ร้อยละ 42.3) มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ โดยเปรียบเทียบและกลุ่มอายุสูงกว่า 40 ปี ก็ให้ความสำคัญกับที่ตั้งของคลินิกค่อนข้างมากเช่นกัน (ร้อยละ 38.9) แต่ก็ยังเป็นอันดับสองรองจากคุณภาพการรักษา

ในทำนองเดียวกันสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 4.8) พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีก็มีสัดส่วนที่ให้ความสำคัญที่สุดกับสถานที่ตั้งของคลินิกมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งตามอาชีพ (ตารางที่ 4.9) พบว่ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกือบหนึ่งในสามให้ความสำคัญที่สุดกับสถานที่ตั้งของคลินิก ขณะที่มีส่วนหนึ่ง (เกือบร้อยละ 6) ของกลุ่มนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญที่สุดกับการโฆษณา และแม่บ้านกับลูกจ้างให้ความสำคัญที่สุดกับชื่อเสียงของคลินิกพอๆกับคุณภาพการรักษา คือ ร้อยละ 36.4 เท่ากัน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งตามระดับรายได้ (ตารางที่ 4.10) เหตุผลในการเลือกใช้บริการคลินิกเป็นไปตามภาพรวมทุกระดับรายได้ นั่นคือ ทุกกลุ่มรายได้มีสัดส่วนสูงสุดที่ตอบว่าคุณภาพการรักษาคือเหตุผลสำคัญที่สุด และเหตุผลตามระดับรายได้มีความสอดคล้องกับอายุ การศึกษาและอาชีพ นั่นคือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และเป็นนักเรียน/

นักศึกษาจะมีสัดส่วนที่ให้ความสำคัญกับที่ตั้งของคลินิกค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ

ตารางที่ 4.6

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิกกับตัวแปรเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคนเลือกใช้บริการคลินิกแห่งนี้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ตั้งคลินิกสะดวกแก่ การมาใช้บริการ	14 (32.6)	29.2	29 (67.4)	25.2	43 (100.0)	26.4
ชื่อเสียงคลินิกดี	8 (32.0)	16.7	17 (68.0)	14.8	25 (100.0)	15.3
คุณภาพการรักษาดี	25 (27.8)	52.1	65 (72.2)	56.5	90 (100.0)	55.2
มีการโฆษณาให้รู้จัก	1 (33.3)	2.1	2 (66.7)	1.7	3 (100.0)	1.8
อื่นๆ	0 (0.0)	0.0	2 (100.0)	1.7	2 (100.0)	1.2
รวม	48 (29.4)	100.0	115 (70.6)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

## ตารางที่ 4.7

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิกกับตัวแปรอายุของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลสำคัญที่สุด ที่ผู้บริโภคร เลือกใช้บริการคลินิกแห่งนี้	อายุ (ปี)							
	ต่ำกว่า 20		20-40		สูงกว่า 40		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ตั้งคลินิกสะดวก แก่การมาใช้บริการ	11 (25.6)	42.3	25 (58.1)	21.0	7 (16.3)	38.9	43 (100.0)	26.4
ชื่อเสียงคลินิกดี	1 (4.0)	3.8	21 (84.0)	17.6	3 (12.0)	16.7	25 (100.0)	15.3
คุณภาพการรักษาดี	14 (15.6)	53.8	68 (75.6)	57.1	8 (8.9)	44.4	90 (100.0)	55.2
มีการโฆษณาให้รู้จัก	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	2.5	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	1.8
อื่นๆ	0 (0.0)	0.0	2 (100.0)	1.7	0 (0.0)	0.0	2 (100.0)	1.2
รวม	26 (16.0)	100.0	119 (73.0)	100.0	18 (11.0)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

## ตารางที่ 4.8

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิกกับตัวแปรการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลสำคัญที่สุด ที่ผู้บริโภครู้จัก	การศึกษา							
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ตั้งคลินิกสะดวก แก่การมาใช้บริการ	9 (20.9)	36.0	23 (53.5)	21.7	11 (25.6)	34.4	43 (100.0)	26.4
ชื่อเสียงคลินิกดี	3 (12.0)	12.0	17 (68.0)	16.0	5 (20.0)	15.6	25 (100.0)	15.3
คุณภาพการรักษาดี	13 (14.4)	52.0	62 (68.9)	58.5	15 (16.7)	46.9	90 (100.0)	55.2
มีการโฆษณาให้รู้จัก	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	2.8	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	1.8
อื่นๆ	0 (0.0)	0.0	1 (50.0)	0.9	1 (50.0)	3.1	2 (100.0)	1.2
รวม	25 (15.3)	100.0	106 (65.0)	100.0	32 (19.6)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

## ตารางที่ 4.9

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิกกับตัวแปรอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลสำคัญที่สุดที่ ผู้บริโภค เลือกใช้บริการคลินิกแห่งนี้	อาชีพ											
	นักเรียน / นักศึกษา		พนักงานเอกชน		ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว		แม่บ้าน / ลูกจ้าง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ตั้งคลินิกสะดวก แก่การมาใช้บริการ	11 (25.6)	32.4	17 (39.5)	21.3	9 (20.9)	32.1	3 (7.0)	30.0	3 (7.0)	27.3	43 (100.0)	26.4
ชื่อเสียงคลินิกดี	3 (12.0)	8.8	13 (52.0)	16.3	4 (16.0)	14.3	1 (4.0)	10.0	4 (16.0)	36.4	25 (100.0)	15.3
คุณภาพการรักษาดี	18 (20.0)	52.9	47 (52.2)	58.8	15 (16.7)	53.6	6 (6.7)	60.0	4 (4.4)	36.4	90 (100.0)	55.2
มีการโฆษณาให้รู้จัก	2 (66.7)	5.9	1 (33.3)	1.3	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	1.8
อื่นๆ	0 (0.0)	0.0	2 (100.0)	2.5	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	2 (100.0)	1.2
รวม	34 (20.9)	100.0	80 (49.1)	100.0	28 (17.2)	100.0	10 (6.1)	100.0	11 (6.7)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

## ตารางที่ 4.10

เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิกกับตัวแปรรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลสำคัญที่สุดที่ ผู้บริโภค เลือกใช้บริการคลินิกแห่งนี้	รายได้ต่อเดือน(บาท)									
	ต่ำกว่า 6,000		6,000-15,000		15,001-30,000		มากกว่า 30,000		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ตั้งคลินิกสะดวก แก่การมาใช้บริการ	10 (23.3)	34.5	13 (30.2)	24.5	14 (32.6)	25.9	6 (14.0)	22.2	43 (100.0)	26.4
ชื่อเสียงคลินิกดี	3 (12.0)	10.3	7 (28.0)	13.2	12 (48.0)	22.2	3 (12.0)	11.1	25 (100.0)	15.3
คุณภาพการรักษาดี	14 (15.6)	48.3	33 (36.7)	62.3	26 (28.9)	48.1	17 (18.9)	63.0	90 (100.0)	55.2
มีการโฆษณาให้รู้จัก	2 (66.7)	6.9	0 (0.0)	0.0	1 (33.3)	1.9	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	1.8
อื่นๆ	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	1 (50.0)	1.9	1 (50.0)	3.7	2 (100.0)	1.2
รวม	29 (17.8)	100.0	53 (32.5)	100.0	54 (33.1)	100.0	27 (16.6)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

นอกจากจะทำการวิเคราะห์โดยใช้ตาราง หาความสัมพันธ์ของเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยยังได้แยกวิเคราะห์สำหรับผู้ให้บริการรายใหม่เปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายเดิมของคลินิกปัจจุบัน ได้ผลดังตารางที่ 4.11 พบว่าการโฆษณามีความสำคัญกับผู้ที่มาใช้บริการซ้ำมากกว่าผู้มาใช้บริการใหม่ ขณะที่คุณภาพการรักษามีความสำคัญกับผู้มาใช้บริการใหม่มากกว่า แสดงว่าการที่คลินิกพยายามแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการโดยการโฆษณาจะได้ผลดีกับผู้ที่เคยมาใช้บริการและมั่นใจว่าคลินิกแห่งนี้สามารถตอบสนองความต้องการได้ดีจึงตัดสินใจใช้บริการซ้ำ และเหตุที่การโฆษณาไม่มีผลต่อผู้ให้บริการใหม่เลย เป็นเพราะว่าผู้ที่มาใช้บริการใหม่ซึ่งมีเพียง 23 คน นี้ได้รับการแนะนำให้มาใช้บริการคลินิกแห่งนี้จากญาติหรือเพื่อนซึ่งเคยมาใช้บริการและเห็นว่ามีคุณภาพการรักษาดีนั่นเอง

ตารางที่ 4.11  
 เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการคลินิก  
 กับจำนวนการให้บริการคลินิกปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภค เลือกใช้บริการคลินิกแห่งนี้	จำนวนการให้บริการคลินิกปัจจุบัน					
	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ตั้งคลินิกสะดวกแก่การมาใช้บริการ	6 (14.0)	26.1	37 (86.0)	26.4	43 (100.0)	26.4
ชื่อเสียงคลินิกดี	3 (12.0)	13.0	22 (88.0)	15.7	25 (100.0)	15.3
คุณภาพการรักษาดี	14 (15.6)	60.9	76 (84.4)	54.3	90 (100.0)	55.2
มีการโฆษณาให้รู้จัก	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	2.1	3 (100.0)	1.8
อื่นๆ	0 (0.0)	0.0	2 (100.0)	1.4	2 (100.0)	1.2
รวม	23 (14.1)	100.0	140 (85.9)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม - 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

นอกจากข้อมูลความสัมพันธ์ที่แสดงในตารางที่ 4.6-4.11 แล้ว จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ช่วงต่ำกว่า 20 ปี จนถึง 40 ปี ส่วนใหญ่ยังต้องเรียนหรือทำงานประจำ ดังนั้นจึงต้องทำงานเป็นเวลาหรือยังต้องใช้บริการรถโดยสารประจำทาง สถานที่ตั้งของคลินิกที่สะดวกจึงมีส่วนสำคัญมากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สำหรับกรณีที่มีรถส่วนตัวใช้ก็มองว่าเป็นการสิ้นเปลืองและไม่ค่อยมีเวลา ถ้าต้องเดินทางไปที่คลินิกซึ่งไม่สะดวกโดยเฉพาะกรณีไม่มีที่จอดรถ

#### 4.1.3 จำนวนครั้งในการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้แสดงจำนวนครั้งในการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนัง กับตัวแปรที่น่าจะมีอิทธิพลต่ออุปสงค์ตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ นั่นคือ ตัวแปรทางด้านรายได้ของผู้ใช้บริการและราคาค่าบริการคลินิกรักษาผิวหนัง

จากข้อมูลที่รวบรวมได้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการคลินิกในช่วง 1-4 ครั้ง มีจำนวนถึง 110 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือมาใช้บริการ 5-8 ครั้ง ซึ่งมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 (ตารางที่ 4.12-4.13) ซึ่งพบว่าโดยภาพรวมจำนวนผู้ที่มาใช้บริการคลินิกมากขึ้นไปในรอบ 6 เดือนจะลดลงเรื่อยๆ และเนื่องจากความถี่สูงสุดที่แพทย์นัดคือทุกๆ สัปดาห์ ดังนั้นในช่วง 6 เดือนผู้ป่วยโรคอาจใช้บริการคลินิกได้สูงสุดถึง 24 ครั้ง แต่ผู้ให้บริการคลินิกอาจได้รับการนัดจากแพทย์ทุก 2 สัปดาห์ หรือเลือกมาใช้บริการเองตามความสะดวก ดังนั้นผู้ที่มาใช้บริการคลินิกต่อเนื่องยาวนานก็จะมีจำนวนลดลงเรื่อยๆ ตามแต่ความรุนแรงของอาการป่วยในกรณีที่มีการรักษาได้ผล เพราะเมื่อผู้ป่วยหายดีก็จะไม่มารับบริการอีก หรือในกรณีที่การรักษาไม่ได้ผลในความรู้สึกของผู้ป่วย ผู้ป่วยก็จะเปลี่ยนไปรักษาที่อื่น ซึ่งผู้ที่ใช้บริการคลินิกตั้งแต่ 13 ครั้งขึ้นไป จากการสัมภาษณ์พบว่าเป็นผู้ที่ให้บริการเสริมความงามอื่นๆ ด้วยต่อเนื่องไปจากการรักษาปัญหาผิวหนัง

เมื่อแยกพิจารณาจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกกับรายได้ของผู้ใช้บริการ (ตารางที่ 4.12) ไม่พบว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการมีแนวโน้มความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน แต่กระนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำสุดมาใช้บริการ 1-4 ครั้งในรอบ 6 เดือน เป็นสัดส่วนสูงสุดคือร้อยละ 72.4 และไม่มีผู้ให้บริการเกิน 16 ครั้งเลย ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงรายได้สูงที่สุดกว่าร้อยละ 10 มาใช้บริการมากกว่า 16 ครั้งขึ้นไป โดยมีเพียง 1 คน ที่ใช้บริการสูงถึง 24 ครั้ง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถามรายนี้ได้ใช้บริการเสริมความงามต่อเนื่องมาโดยตลอด สำหรับกลุ่มรายได้อื่นมีเพียงร้อยละ 2 ที่ใช้บริการเกิน 16 ครั้งขึ้นไป

## ตารางที่ 4.12

จำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกกับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนการให้บริการ คลินิกในรอบ 6 เดือน (ครั้ง)	รายได้ต่อเดือน (บาท)									
	ต่ำกว่า 6,000		6,000-15,000		15,000-30,000		มากกว่า 30,000		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-4	21 (19.1)	72.4	37 (33.6)	71.2	37 (33.6)	68.5	15 (13.6)	53.6	110 (100.0)	67.5
5-8	5 (17.9)	17.2	7 (25.0)	13.5	10 (35.7)	18.5	6 (21.4)	21.4	28 (100.0)	17.2
9-12	2 (11.1)	6.9	6 (33.3)	11.5	6 (33.3)	11.1	4 (22.2)	14.3	18 (100.0)	11.0
13-16	1 (33.3)	3.4	1 (33.3)	1.9	1 (33.3)	1.9	0 (0.0)	0.0	3 (100.0)	1.8
17-20	0 (0.0)	0.0	1 (33.3)	1.9	0 (0.0)	0.0	2 (66.7)	7.1	3 (100.0)	1.8
21-24	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	1 (100.0)	3.6	1 (100.0)	0.6
รวม	29 (17.8)	100.0	52 (31.9)	100.0	54 (33.1)	100.0	28 (17.2)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

สำหรับจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกกับราคาค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง (ตารางที่ 4.13) ก็ยังคงไม่พบว่าจำนวนครั้งของการใช้บริการมีแนวโน้มความสัมพันธ์กับราคาค่าบริการเฉลี่ยในแต่ละครั้งอย่างชัดเจน นั่นคือ เมื่อช่วงราคาสูงขึ้น จำนวนครั้งการให้บริการไม่ได้ลดลง แต่พอสังเกตได้ว่าช่วงราคาต่ำสุดเท่านั้นที่มีการใช้บริการเกิน 20 ครั้ง

การที่ราคาค่าบริการไม่มีผลสำคัญต่อจำนวนการให้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ อาจเป็นเพราะวิธีการเก็บข้อมูลราคาที่แบ่งเป็นช่วง เนื่องจากผู้ใช้บริการได้ใช้บริการหลากหลายจึงไม่สามารถแยกบริการประเภทเดียวกันมาเพื่อเปรียบเทียบราคาที่จ่ายจริงได้ จำเป็นต้องใช้ราคาเฉลี่ยต่อครั้ง ทำให้ราคาไม่ได้แตกต่างกันมากจนกระทั่งจะมีผลต่อจำนวนครั้งในการรักษา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจเป็นผู้ที่ได้ตัดสินใจมาใช้บริการแล้ว ดังนั้นจึงต้องเป็นผู้ที่ประมาณแล้วว่าตนมีความสามารถในการจ่ายค่าบริการได้ ราคาจึงไม่ค่อยมีผลต่อจำนวนการให้บริการมากนัก

## ตารางที่ 4.13

จำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกกับราคาค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนการให้บริการ คลินิกในรอบ 6 เดือน (ครั้ง)	ราคาค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง (บาท)									
	ต่ำกว่า 300		300-600		601-1,000		มากกว่า 1,000		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-4	13 (11.8)	86.7	54 (49.1)	70.1	33 (30.0)	62.3	10 (9.1)	55.6	110 (100.0)	67.5
5-8	0 (0.0)	0.0	15 (53.6)	19.5	9 (32.1)	17.0	4 (14.3)	22.2	28 (100.0)	17.2
9-12	1 (5.6)	6.7	6 (33.3)	7.8	9 (50.0)	17.0	2 (11.1)	11.1	18 (100.0)	11.0
13-16	0 (0.0)	0.0	1 (33.3)	1.3	1 (33.3)	1.9	1 (33.3)	5.6	3 (100.0)	1.8
17-20	0 (0.0)	0.0	1 (33.3)	1.3	1 (33.3)	1.9	1 (33.3)	5.6	3 (100.0)	1.8
21-24	1 (100.0)	6.7	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	0 (0.0)	0.0	1 (100.0)	0.6
รวม	15 (9.2)	100.0	77 (47.2)	100.0	53 (32.5)	100.0	18 (11.0)	100.0	163 (100.0)	100.0

ที่มา : ข้อมูลจากแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม – 11 สิงหาคม พ.ศ. 2549

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

## 4.1.4 ความสัมพันธ์ของจำนวนครั้งและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิก

ในหัวข้อ 4.1.3 ไม่พบแนวโน้มความสัมพันธ์ของจำนวนครั้งในการใช้บริการคลินิก รักษาผิวพรรณกับรายได้และราคาค่าบริการ จึงศึกษาต่อไปว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ โดยยังใช้จำนวนครั้งในการใช้บริการเป็นความถี่ในการพบแพทย์ในรอบ 6 เดือน แต่เปลี่ยนจากราคาค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการคลินิก เป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในรอบ 6 เดือน โดยคำนวณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจากผลคูณของจำนวนครั้งที่เข้าพบแพทย์กับราคาเฉลี่ยต่อครั้ง แล้วนำมาทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติด้วยการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test,  $\chi^2$ ) ดังตารางที่ 4.14

จากตารางที่ 4.14 พบว่าจำนวนครั้งในการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือน มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในช่วง 20 ปีขึ้นไป

กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี กลุ่มที่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างหรือแม่บ้าน และคลินิกตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า อีกทั้งยังพบว่าจำนวนครั้งในการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือน มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 กับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เป็นช่วงที่เป็นนักศึกษาจนถึงวัยทำงานซึ่งต้องการการยอมรับจากสังคม จึงให้ความสำคัญกับสุขภาพและบุคลิกภาพของตนมากกว่าวัยเด็กทำให้มีความสนใจใช้บริการคลินิกมากกว่า สำหรับผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปมักมีความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของสุขภาพจึงเลือกใช้บริการของคลินิก ส่วนกลุ่มที่มีช่วงรายได้มากกว่า 30,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการจ่ายค่าบริการทำให้สามารถใช้บริการคลินิกได้บ่อยครั้งกว่า และคลินิกที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าเป็นการตอบสนองต่อวิถีการดำรงชีวิตสมัยใหม่ทำให้การตัดสินใจใช้บริการคลินิกมีมากขึ้นได้

สำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในรอบ 6 เดือน พบว่ามีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท และกลุ่มที่เป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในรอบ 6 เดือน ยังมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ด้วย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าแต่ละช่วงอายุมีความต้องการแก้ปัญหาผิวพรรณในส่วนของตน โดยน่าจะมีการเลือกใช้บริการคลินิกในจำนวนครั้งและราคาที่ตนเองสามารถจ่ายได้ และผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้และการประกอบอาชีพที่สอดคล้องกัน ซึ่งส่งผลต่อการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณ โดยอาจไม่ได้ใช้บริการด้านการรักษาปัญหาผิวพรรณเพียงเพื่อดูแลสุขภาพของตนเท่านั้น แต่อาจใช้บริการทางด้านเสริมความงามเพื่อสนองความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้น เนื่องจากมีความสามารถในการจ่ายเพิ่มขึ้นด้วย

## ตารางที่ 4.14

ผลการทดสอบไคสแควร์หาความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างจำนวนครั้ง  
และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในรอบ 6 เดือนกับลักษณะต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวนครั้งในการใช้บริการคลินิก ในรอบ 6 เดือน		ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิก ในรอบ 6 เดือน	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
อายุ (<20 ปี)	14.426	0.494	46.277	0.062**
อายุ (20-40 ปี)	25.415	0.045*	47.682	0.047*
อายุ (>40 ปี)	28.343	0.020*	60.616	0.002*
เพศ(ชาย)	9.548	0.847	36.096	0.326
เพศ(หญิง)	9.548	0.847	36.096	0.326
การศึกษา(<ปริญญาตรี)	9.505	0.850	34.850	0.380
การศึกษา(ปริญญาตรี)	23.032	0.083**	39.870	0.191
การศึกษา(>ปริญญาตรี)	36.091	0.002*	52.467	0.017*
รายได้(<6,000 บาท)	13.006	0.602	31.052	0.564
รายได้( 6,001-15,000 บาท)	17.657	0.281	39.566	0.200
รายได้(15,001-30,000 บาท)	12.376	0.650	37.096	0.286
รายได้(>30,000 บาท)	22.307	0.100**	49.996	0.029*
อาชีพ(นักเรียน/นักศึกษา)	11.713	0.701	40.783	0.165
อาชีพ(พนักงานเอกชน)	15.925	0.387	27.847	0.722
อาชีพ(ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ)	12.705	0.625	42.295	0.129
อาชีพ(เจ้าของกิจการ/ส่วนตัว)	8.296	0.911	66.902	0.000*
อาชีพ(ลูกจ้าง/แม่บ้าน)	25.974	0.038*	28.074	0.711
ชื่อเสียงของคลินิก	9.883	0.827	31.706	0.531
คุณภาพการรักษา	5.845	0.982	22.193	0.923
ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	26.013	0.038*	38.106	0.248
มีการทำการตลาด	6.499	0.970	23.491	0.889
ราคา (< 300 บาท)	18.487	0.238	-	-
ราคา ( 300-600 บาท)	19.057	0.211	-	-
ราคา (601-1,000 บาท)	21.775	0.114	-	-
ราคา (> 1,000 บาท)	18.840	0.221	-	-

ที่มา : ผลการคำนวณของผู้วิจัยจากโปรแกรมสำเร็จรูป

\* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\*\* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

สำหรับผลอื่นๆจากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณ จะใช้บริการตามความรุนแรงของอาการคือถ้ายังรักษาไม่หายก็จะรักษาต่อเนื่องไปเรื่อยๆ ตามที่แพทย์นัดมาพบ แต่ต้องขึ้นกับว่าผลการรักษาเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ถ้าผู้ใช้บริการรู้สึกว่าแพทย์เล็งไข้ หรือยาเริ่มใช้ไม่ได้ผลก็จะหยุดใช้บริการหรือเปลี่ยนไปใช้บริการคลินิกอื่น โดยเหตุผลในการเปลี่ยนคลินิกนอกจากเรื่องคุณภาพการรักษาแล้วยังมีเหตุผลในเรื่องระยะทางไกลเกินไป ราคาสูงเกินไป รอคิวนานเกินไปหรือแม้กระทั่งแพทย์พูดจาไม่ดี และสำหรับผู้ที่ใช้บริการตั้งแต่ 13 ครั้งขึ้นไปนอกจากจะมีอาการค่อนข้างรุนแรงแล้ว ยังอาจซื้อบริการเป็นแบบเหมารวมหรือ มีการใช้บริการด้านเสริมความงาม (ทรีทเม้นท์) เพิ่มเติมอีกด้วย ส่วนในกรณีที่ผู้ใช้บริการคลินิกไม่เคยใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณอื่นๆมาก่อนเลย มักจะได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือญาติพี่น้องให้มาใช้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่ยังไม่คิดเปลี่ยนคลินิกและมาใช้บริการซ้ำเพราะผลการรักษายังอยู่ในระดับที่น่าพอใจแต่ก็เป็นจำนวนครั้งที่ไม่มากนัก คือ อยู่ระหว่าง 1-6 ครั้ง และสำหรับผู้ที่ใช้บริการเป็นครั้งแรกมีทั้งที่ตัดสินใจลองใช้บริการด้วยตนเองโดยพิจารณาจากชื่อเสียงของคลินิกและสถานที่ตั้งของคลินิก และจากคำแนะนำของเพื่อนหรือญาติ

#### 4.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่กำหนดการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณ ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน เป็นการวิเคราะห์สมมติมาอธิบายการประมาณแบบจำลองอุปสงค์ จึงควรต้องเข้าใจความหมายของค่าทางสถิติแต่ละตัว เพื่อที่จะได้อธิบายความหมายของแบบจำลองได้ถูกต้องและสามารถตัดสินใจได้ว่าแบบจำลองมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้หรือไม่ ซึ่งการแปลผลจากค่าสถิติต่างๆ สามารถดูได้จากภาคผนวก ข

ในการศึกษาปัจจัยที่กำหนดการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณ ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนนี้ ได้พิจารณาตัวแปรอิสระที่จะมาใช้ในแบบจำลอง โดยอาศัยผลจากการทดสอบไคสแควร์ (ตารางที่ 4.14) ซึ่งตัวแปรอิสระที่มีแนวโน้มมีผลต่อจำนวนครั้งและค่าใช้จ่ายของการใช้บริการคลินิกรักษาก็จะนำมาใช้ในสมการต่อไป และได้แบ่งแบบจำลองออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

4.2.1 แบบจำลองกลุ่มแรก คือ กลุ่มที่ตัวแปรตามเป็นจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา

เนื่องจากข้อมูลเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy variable) ดังนั้นจึงต้องมีการใช้บางช่วงของตัวแปรเป็นฐานในการเปรียบเทียบ โดยตัวแปรอิสระอายุได้ละช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี ไว้เป็นช่วงเปรียบเทียบ ตัวแปรรายได้ได้ละช่วงรายได้ที่น้อยกว่า 6,000 บาท ไว้เป็นช่วงเปรียบเทียบ ซึ่งในกลุ่มนี้ตัวแปรอิสระที่มีแนวโน้มมีผลต่อจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาจากการทดสอบไคสแควร์ คือ ตัวแปรอายุ (สูงกว่า 20 ปีขึ้นไป) การศึกษา (ปริญญาตรีขึ้นไป) รายได้ (มากกว่า 30,000 บาท) อาชีพ (ลูกจ้าง/แม่บ้าน) และที่ตั้งคลินิกอยู่ในห้างสรรพสินค้า จึงได้ใช้ตัวแปรอิสระดังกล่าวในแบบจำลอง แต่พบว่ามียหลายแบบจำลองที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเลือกแสดงเฉพาะผลของสมการถดถอยในแบบจำลองที่ดีที่สุด 3 แบบจำลอง ในตารางที่ 4.15

จากแบบจำลองที่ 1 ซึ่งตัวแปรอิสระ คือ อายุและรายได้ของผู้ใช้บริการ และสถานที่ตั้งของคลินิกพบว่ามียเพียงตัวแปรสถานที่ตั้งของคลินิกที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าเท่านั้น ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) เป็นบวกมีค่าเท่ากับ 1.805 นั่นคือเมื่อเทียบกับการที่คลินิกตั้งอยู่นอกห้างสรรพสินค้าแล้ว คลินิกที่เปิดให้บริการภายในห้างสรรพสินค้าจะมีผู้ใช้บริการมากกว่าอยู่ 1.805 ครั้ง ซึ่งตรงตามสมมติฐาน และแบบจำลองที่ 1 มีค่า Adjusted R square เท่ากับ 0.048 แสดงว่าตัวแปรในสมการสามารถอธิบายจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณได้เพียงร้อยละ 4.8 แบบจำลองมีค่าสถิติ Durbin-Watson เท่ากับ 1.738 ซึ่งเมื่อเทียบกับค่าวิกฤตที่ได้จากตาราง Durbin-Watson statistic จะมากกว่าค่า  $d_U$  ( $=1.69$ ) แต่น้อยกว่า  $4-d_U$  ( $=2.35$ ) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่มีปัญหาเรื่อง Serial Correlation หรือ Autocorrelation และเนื่องจากค่า Significant-F เท่ากับ 0.032 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ หรือ ก็คือสมการถดถอยที่ได้มาสามารถอธิบายถึงตัวแปรตามได้

ตารางที่ 4.15  
แบบจำลองที่ 1 2 และ 3

ตัวแปรตาม : จำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิก ( ครั้งในรอบ 6 เดือน)

ตัวแปรอิสระ	แบบจำลอง 1		แบบจำลอง 2		แบบจำลอง 3	
	Coefficient ( $\beta$ )	Significant-t	Coefficient ( $\beta$ )	Significant-t	Coefficient ( $\beta$ )	Significant-t
ค่าคงที่	3.141	0.000*	3.098	0.000*	3.607	0.000*
อายุ (<20 ปี)	-	-	-	-	-	-
อายุ (20-40 ปี)	1.371	0.206	1.108	0.211	-	-
อายุ (>40 ปี)	-0.062	0.966	0.192	0.879	-	-
รายได้ (<6,000 บาท)	-	-	-	-	-	-
รายได้ (6,000-15,000 บาท)	-0.229	0.833	-	-	0.437	0.641
รายได้ (15,001-30,000 บาท)	-0.928	0.417	-	-	-0.019	0.841
รายได้ (>30,000 บาท)	0.983	0.444	-	-	1.350	0.221
คลินิกตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	1.805	0.008*	1.778	0.007*	1.822	0.008*
R square	0.083		0.061		0.065	
Adjusted R square	0.048		0.043		0.041	
N	163		163		163	
Durbin-Watson	1.738		1.718		1.736	
F	2.366		3.431		2.753	
Significant-F	0.032		0.019		0.030	

ที่มา : ผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

\* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ในแบบจำลองที่ 2 มีตัวแปรอิสระ คือ อายุของผู้ใช้บริการ และสถานที่ตั้งของคลินิก ซึ่งยังคงพบว่ามีเพียงตัวแปรสถานที่ตั้งของคลินิกที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าเท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) เป็นบวกมีค่าเท่ากับ 1.778 นั่นคือ เมื่อเทียบกับการที่คลินิกตั้งอยู่นอกห้างสรรพสินค้าแล้ว คลินิกที่เปิดให้บริการภายในห้างสรรพสินค้า จะมีผู้ใช้บริการมากกว่าอยู่ 1.778 ครั้ง ซึ่งตรงตามสมมติฐาน แบบจำลองที่ 2 มีค่า Adjusted R square เท่ากับ 0.043 แสดงว่าตัวแปรในสมการสามารถอธิบายจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณได้เพียงร้อยละ 4.3 และเนื่องจากค่า Significant-F เท่ากับ 0.019 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ 2 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ หรือ ก็คือสมการถดถอยที่ได้มาสามารถอธิบายถึงตัวแปรตามได้

ในแบบจำลองที่ 3 มีตัวแปรอิสระ คือ รายได้ของผู้ใช้บริการและสถานที่ตั้งของคลินิก พบว่ายังคงมีเพียงตัวแปรสถานที่ตั้งของคลินิกที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าเท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) เป็นบวกมีค่าเท่ากับ 1.822 นั่นคือ เมื่อเทียบกับกรณีที่คลินิกตั้งอยู่นอกห้างสรรพสินค้าแล้ว คลินิกที่เปิดให้บริการภายในห้างสรรพสินค้าจะมีผู้ใช้บริการมากกว่าอยู่ 1.822 ครั้ง ซึ่งตรงตามสมมติฐาน แบบจำลองที่ 3 มีค่า Adjusted R square เท่ากับ 0.041 แสดงว่าตัวแปรในสมการสามารถอธิบายจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณได้เพียงร้อยละ 4.1 และเนื่องจากค่า Significant-F เท่ากับ 0.030 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ 3 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ หรือ ก็คือสมการถดถอยที่ได้มาสามารถอธิบายถึงตัวแปรตามได้

จากแบบจำลองทั้ง 3 ดังกล่าวข้างต้นพบว่าแบบจำลองที่ 1 เหมาะสมที่สุด แต่ก็ยังไม่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามหรือจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือน ได้ถูกต้องนัก เนื่องจากตัวแปรอิสระเรื่องที่ตั้งของคลินิกสามารถอธิบายตัวแปรตามได้เพียงร้อยละ 4.8 เท่านั้น

4.2.2 แบบจำลองกลุ่มที่สอง คือ กลุ่มที่ตัวแปรตามเป็นค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือน

ซึ่งตัวแปรค่าใช้จ่ายนี้ได้มาจากข้อมูลชุดเดียวกันกับการสร้างแบบจำลองกลุ่มแรก โดยนำจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือนมาคูณกับราคากลาง (mean) ของช่วงที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก และเช่นเดียวกันกับแบบจำลองกลุ่มแรก ตัวแปรอิสระของแบบจำลองกลุ่มที่สองนี้ก็เป็นตัวแปรหุ่น (dummy) ทั้งหมด ดังนั้นจึงต้องมีการใช้บางช่วงของตัวแปรเป็นฐานในการเปรียบเทียบ โดยตัวแปรอิสระอายุซึ่งได้ละช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี ไว้เป็นช่วงเปรียบเทียบ ตัวแปรรายได้ได้ละช่วงรายได้ที่น้อยกว่า 6,000 บาท ไว้เป็นช่วงเปรียบเทียบ และเช่นเดียวกับแบบจำลองกลุ่มแรก คือได้ใช้ตัวแปรอิสระที่มีแนวโน้มผลมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกจากการทดสอบไคสแควร์ (ตารางที่ 4.14) ในแบบจำลอง แต่พบว่ามียหลายแบบจำลองที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเลือกแสดงเฉพาะผลของสมการถดถอยในแบบจำลองที่ดีที่สุด 3 แบบจำลอง ในตารางที่ 4.16 (แบบจำลองที่ 4-6)

แบบจำลองที่ 4 ซึ่งมีตัวแปรอิสระ คือ อายุของผู้ใช้บริการและสถานที่ตั้งของคลินิก พบว่ามีตัวแปรสถานที่ตั้งของคลินิกที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าเท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 โดยมีสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) เป็นบวกมีค่าเท่ากับ 857.038 นั่นคือ เมื่อเทียบกับการที่คลินิกตั้งอยู่นอกห้างสรรพสินค้าแล้ว ผู้ใช้บริการคลินิกที่เปิดให้บริการภายในห้างสรรพสินค้า จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในรอบ 6 เดือนมากกว่าอยู่ 857.038 บาท ในแบบจำลองที่ 4 มีค่า Adjusted R square เท่ากับ 0.012 แสดงว่าตัวแปรสถานที่ตั้งของคลินิกสามารถอธิบายค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณในรอบ 6 เดือนได้เพียงร้อยละ 1.2 และเนื่องจากค่า Significant-F เท่ากับ 0.185 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ 4 ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ หรือ ก็คือสมการถดถอยที่ได้มาไม่สามารถอธิบายถึงตัวแปรตามได้

แบบจำลองที่ 5 มีตัวแปรอิสระ คือ รายได้ของผู้ใช้บริการและสถานที่ตั้งของคลินิก พบว่ามีตัวแปรรายได้เท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) เป็นบวกมีค่าเท่ากับ 1706.143 นั่นคือ เมื่อเทียบกับผู้มีรายได้ในช่วงต่ำกว่า 6,000 บาทแล้ว ผู้มีรายได้ในช่วงมากกว่า 30,000 บาท จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือนมากกว่าอยู่ 1706.143 บาท จากแบบจำลองที่ 5 มีค่า Adjusted R square เท่ากับ 0.021 แสดงว่าตัวแปรรายได้สามารถอธิบายค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณในรอบ 6 เดือนได้เพียงร้อยละ 2.1 และเนื่องจากค่า Significant-F เท่ากับ 0.115 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ 5 ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ หรือ ก็คือสมการถดถอยที่ได้มาไม่สามารถอธิบายถึงตัวแปรตามได้

แบบจำลองที่ 6 มีตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียว คือ รายได้ของผู้ใช้บริการและพบว่าช่วงรายได้ที่มากกว่า 30,000 บาท ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีสัมประสิทธิ์ ( $\beta$ ) เป็นบวกมีค่าเท่ากับ 1921.264 นั่นคือ เมื่อเทียบกับผู้มีรายได้ในช่วงต่ำกว่า 6,000 บาทแล้ว ผู้มีรายได้ในช่วงมากกว่า 30,000 บาท จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการคลินิกในรอบ 6 เดือนมากกว่าอยู่ 1921.264 บาท จากแบบจำลองที่ 6 มีค่า Adjusted R square เท่ากับ 0.015 แสดงว่าตัวแปรรายได้สามารถอธิบายค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนังพรรณในรอบ 6 เดือนได้เพียงร้อยละ 1.5 และเนื่องจากค่า Significant-F เท่ากับ 0.146 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั่นคือตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ 6 ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ หรือ ก็คือสมการถดถอยที่ได้มาไม่สามารถอธิบายถึงตัวแปรตามได้

ตารางที่ 4.16  
แบบจำลองที่ 4 5 และ 6

ตัวแปรตาม : ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิก ( ครั้งในรอบ 6 เดือน)

ตัวแปรอิสระ	แบบจำลอง 4		แบบจำลอง 5		แบบจำลอง 6	
	Coefficient ( $\beta$ )	Significant-t	Coefficient ( $\beta$ )	Significant-t	Coefficient ( $\beta$ )	Significant-t
ค่าคงที่	1944.259	0.003*	1975.532	0.002*	0.000	0.000*
อายุ (<20 ปี)	-	-	-	-	-	-
อายุ (20-40 ปี)	817.371	0.242	-	-	-	-
อายุ (>40 ปี)	840.72	0.396	-	-	-	-
รายได้ (<6,000 บาท)	-	-	-	-	-	-
รายได้ (6,000-15,000 บาท)	-	-	626.199	0.394	576.610	0.434
รายได้ (15,001-30,000 บาท)	-	-	640.627	0.390	841.635	0.252
รายได้ (>30,000 บาท)	-	-	1706.143	0.049*	1921.264	0.025*
คลินิกตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า	857.038	0.096**	762.173	0.153	-	-
R square	0.030		0.046		0.033	
Adjusted R square	0.012		0.021		0.015	
N	163		163		163	
Durbin-Watson	1.739		1.700		1.724	
F	1.629		1.889		1.818	
Significant-F	0.185		0.115		0.146	

ที่มา : ผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

\* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\*\* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

สรุปจากการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่า ในกลุ่มแรกที่มีตัวแปรตามเป็นจำนวนครั้งของการใช้บริการคลินิกรักษาผิวหนัง ตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ ตัวแปรสถานที่ตั้งของคลินิกที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และจากการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองได้แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองที่ได้เหมาะสม แต่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้น้อยมาก

ส่วนในกลุ่มสองซึ่งมีตัวแปรตามเป็นค่าใช้จ่ายในการใช้บริการคลินิก ตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ ตัวแปรรายได้ในช่วงมากกว่า 30,000 บาท และตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ได้แก่ ตัวแปรสถานที่ตั้งของคลินิกที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า แต่จากการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองได้

แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองที่ได้ยังไม่เหมาะสม แต่จากสมมติฐานที่ตั้งไว้สามารถสรุปได้เพียงเท่านี้ ซึ่งการที่ตัวแปรราคาไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะการได้มาซึ่งข้อมูลที่แบ่งเป็นช่วงราคา และเป็นเพียงราคาเฉลี่ยไม่ใช่ราคาจริง นอกจากนั้นอาจต้องใช้จำนวนตัวอย่างที่มากขึ้นหรือใช้ตัวแปรอื่นๆทางด้านอุปทานมากกว่านี้ เช่น สภาพผิวพรรณ ความรุนแรงของอาการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในด้านแพทย์ การประมาณแบบจำลองจึงจะสามารถแสดงผลที่ถูกต้องและสามารถให้พยากรณ์อุปสงค์ต่อการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณได้ดีกว่านี้