

พฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Behavior of Using Private Physical Therapy Clinics in Surat Thani Province

สินีรัตน์ อินทร์ฤกษ์¹, สุพิศ ฤทธิแก้ว², และ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์^{1*}

Sineerat Inroek¹, Supit Ritkaew², and Somnuk Aujirapongpan^{1*}

Abstract

The purposes of this study include studying behaviors of the patients obtaining treatment services at private physical therapy clinics in Surat Thani Province, studying the level of significance of service marketing mix factors of the clinics, and studying factors concerning patient behaviors. The methodology is quantitative using the survey research model. The population in this study is the patients who live in the province and have purchased clinical services. The study uses 400 samples, resulted from of random sampling with convenience, and questionnaires as a research tools. Statistical techniques employed for data analysis are Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, and Chi-Square.

Most patients in the study went to private physical therapy clinics, located in the central of the city, with back pain. Ultrasound equipment and stretching techniques are the most common procedures used. The average frequency of

¹สำนักวิชาการจัดการ, ²สำนักวิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช 80160

¹School of Management, ²School of Science, Walailak University, Thasala District, Nakhon Si Thammarat Province 80160

*ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: asomnuk@wu.ac.th)

รับบทความวันที่ 28 กันยายน 2562 แก้ไขวันที่ 27 เมษายน 2563 รับลงตีพิมพ์วันที่ 29 เมษายน 2563

service attendance is 2 to 3 times a week. The reasons affecting customers' decisions to purchase the services are good treatment standards and good service. The popular treatment timing is between 17.01 to 18.00 and the average cost is between 301 to 500 baht per treatment. The respondents can drive to the clinics by themselves. The level of significance of the service marketing mix factors for the clinics, overall, is at the highest point. When considering each aspect, we find that the level of such significance for every aspect is at the highest point, with exception of the marketing promotion aspect, which is at the lower point. Also, the research hypothesis reveals that: 1) Demographic factors including gender, educational level, occupation, the average income of a household, underlying diseases and level of soreness or ability to take care of themselves, and 2) the marketing mix factors consisted of product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence and are related to a patient's behavior of using a private clinic's services in the province.

Keywords: *Patient's Behavior, Physical Therapy Treatment Service, Private Physical Therapy Clinics*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้ป่วยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเคยใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ Chi-Square

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องอัลตราซาวด์เป็นเครื่องมือที่ใช้บริการมากที่สุด การยืดกล้ามเนื้อเป็นหัตถการที่ใช้บริการมากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ให้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 17.01-18.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท สามารถตัดสินใจ

ใช้บริการและเข้ารับบริการด้วยตนเอง และพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว โรคประจำตัว และระดับความเจ็บป่วยหรือความสามารถในการช่วยเหลือตัวเอง และ 2) ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วย การบริการทางกายภาพบำบัด คลินิกกายภาพบำบัดเอกชน

บทนำ

ปัจจุบันสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งเกิดจากการขยายตัวและความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมต่าง ๆ การดำเนินชีวิตของผู้คนต้องมีการปรับเปลี่ยนตามทั้งพฤติกรรมการเป็นอยู่ พฤติกรรมการบริโภค รวมถึงการเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสุขภาพของผู้คน เกิดความเสื่อมถอยทั้งสุขภาพกายและใจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (Department of Health, 2017) การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชากรในกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งถือเป็นกลุ่มวัยที่มีสัดส่วนประชากรสูงสุดเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศ โดยคิดเป็นร้อยละ 65.11 (National Statistical Office, 2017) กลุ่มวัยทำงานจะมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพร่างกายสูง เนื่องจากไม่มีเวลาในการดูแลตนเอง ทั้งเรื่องการบริโภคที่ถูกหลักโภชนาการ การออกกำลังกายที่สม่ำเสมอ การพักผ่อนอย่างเพียงพอ รวมถึงความตึงเครียดจากการทำงานในลักษณะซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดโรคกระดูกและกล้ามเนื้อจากการประกอบอาชีพได้ โดยพบว่าวัยทำงานมีสัดส่วนการเป็นโรคกระดูกและกล้ามเนื้อสูงถึงร้อยละ 50.5 หรือเทียบเท่าได้กับครึ่งหนึ่งจากจำนวนทั้งหมด โดยอาการปวดบริเวณหลังส่วนล่างจะพบบ่อยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3 รองลงมาคือ หัวเข่า ร้อยละ 4.8 และบริเวณไหล่ ร้อยละ 3.3 ตามลำดับ (Department of Disease Control, 2015)

การเข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aged Society) ของประเทศไทยในอีก 10 ปีข้างหน้ากำลังเป็นประเด็นปัญหาที่สำคัญระดับประเทศ โดยเมื่อจำแนกสัดส่วนประชากรตามกลุ่มอายุในปี 2556-2560 พบว่าประชากรในวัยสูงอายุมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับประชากรทั้งประเทศ คิดเป็นร้อยละ 13.48 13.99 14.39 14.87 และ 15.45 ตามลำดับ (National Statistical Office, 2017)

โดยแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ตามแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้กำหนดนโยบายเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระบบการให้บริการด้านสาธารณสุขของประเทศอย่างมาก เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุเหล่านี้มีความเสี่ยงที่จะเป็นกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non Communicable Disease: NCDs) ซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญต่อการเกิดโรคหลอดเลือดสมองและส่งผลให้ผู้ป่วยมีปัญหาด้านการเคลื่อนไหวได้ (Department of Health, 2017)

ปัญหาสุขภาพเหล่านี้สามารถลดความเสี่ยงและป้องกันภาวะแทรกซ้อนที่จะเกิดขึ้นได้ หากได้รับการรักษาทางกายภาพบำบัดที่ถูกต้อง ซึ่งจากรายงานพบว่า ผู้ป่วยเข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในโรงพยาบาลสุราษฎร์ธานี ปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 3,927 คน ปี พ.ศ. 2559 จำนวน 4,059 คน และปี พ.ศ. 2560 จำนวน 4,278 คน ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ป่วยที่มารับบริการรักษาทางกายภาพบำบัดมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี (Physical Therapy Department, 2018) ทำให้ปัจจุบันธุรกิจด้านสุขภาพมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10 ในแต่ละปี (Kasikorn Reaserch Center, 2017) ซึ่งวิชาชีพกายภาพบำบัดเป็นตลาดทางด้านสุขภาพที่น่าสนใจและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากกระแสการย้อนกลับมาดูแลสุขภาพของคนที่มีมากขึ้น และการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัวมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำให้ทราบแนวโน้มและความต้องการของผู้ป่วย โดยหวังว่าข้อมูลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข วางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สมมุติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จากทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Costumer Behavior) ถูกนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงและให้นิยามความหมายไว้อย่างหลากหลายที่คล้ายคลึงกัน อาทิ Serirat (1995) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลจะทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ผลลัพธ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตน สอดคล้องกับ Samerjai (2007) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมหรือกระบวนการการค้นหา การตัดสินใจ การซื้อ การบริโภค และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของแต่ละบุคคล โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้

Kotler (1997) ได้อธิบายถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ว่าเป็นการค้นหาพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคเพื่อทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค โดยคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาความต้องการของผู้บริโภคจะช่วยให้เห็นว่าการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) 5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

จึงอาจสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ ค้นหา การตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ดังนั้น การเข้าใจกระบวนการตัดสินใจและสามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้นั้น จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Kotler and Keller (2016) ได้ให้คำนิยามถึงส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าจะมีความแตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป โดยจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด 7 ด้าน (7P's) เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่และสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Samerjai and Wareewanich (2008) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้าทั่วไปจะประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่ส่วนประสมทางการตลาดบริการแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป โดยมีการให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยปัจจัยทั้ง 3 ด้านที่เพิ่มขึ้นนั้น เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งมอบบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการด้านการบริการให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทั้ง 7 ด้าน ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งซึ่งตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย สินค้า การบริการ และความคิด โดยจะต้องสร้างให้ผู้บริโภครับรู้ถึงอรรถประโยชน์ (Utility) และมูลค่า (Value) เพื่อให้สินค้าและบริการสามารถแข่งขันได้และเกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา เป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปตัวเงิน ซึ่งเป็นต้นทุน (Cost) ของสินค้าในการตัดสินใจซื้อ โดยผู้บริโภคจะมีการเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ว่าราคามีความเหมาะสมกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือไม่ หากผู้บริโภคเห็นว่ามูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคาก็จะตัดสินใจซื้อ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ โดยจะต้องพิจารณาด้านสถานที่ตั้ง (Location) เนื่องจากสถานที่ตั้งเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) เนื่องจากช่องทางในการนำเสนอบริการจะทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการซื้อสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทันเวลา ก่อนที่ผู้บริโภคจะมีเวลาไปสืบหาแหล่งข้อมูลจากคู่แข่งทางธุรกิจ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ หลักการส่งเสริมการตลาด คือ การกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อเกิดขึ้น โดยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ที่ดีจะต้องทำให้เกิดการสื่อสารที่ชัดเจนส่งไปถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ที่วางไว้ เช่น การโฆษณา เป็นการสื่อสารมวลชนเพื่อหวังผลตลาดในวงกว้าง การประชาสัมพันธ์ เป็นการพัฒนาการสื่อสารถึงผู้บริโภคในเชิงบวกเพื่อทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจ

5. ด้านกระบวนการให้บริการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้บริโภคเพื่อมอบการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ โดยธุรกิจบริการประกอบด้วยหลายขั้นตอน เช่น การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ใช้บริการ การให้บริการตามความต้องการ การชำระค่าบริการ เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการวางแผนการดำเนินการที่เป็นระบบและสอดคล้องกัน

6. ด้านบุคคลหรือพนักงาน เป็นกระบวนการคัดสรรหรือเลือกสรรกลุ่มคนที่เหมาะสมกับลักษณะงาน สามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางการตลาดให้ทันกับสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภคที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งบุคลากรเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจให้บริการประสบความสำเร็จ โดยบุคลากรประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงานในทุกระดับ บุคคลเหล่านี้ล้วนมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการทั้งสิ้น ในส่วนของผู้บริหารจะมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและกระบวนการทำงานต่าง ๆ เพื่อนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย และในส่วนพนักงานผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลที่ต้องมีการพบปะกับผู้บริโภคโดยตรงในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค และยังสามารเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะหรือข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการได้นอกจากนี้ พนักงานในส่วนสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ จะเป็นบุคคลที่เติมเต็มให้การบริการมีความสมบูรณ์

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพอย่างเป็นรูปธรรม โดยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น อาคารสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่จ่อตรงป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ผู้บริโภคจะใช้ลักษณะทางกายภาพเป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพการให้บริการและเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นการนำเสนอสิ่งที่เป็นภาพลักษณ์หรือสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้

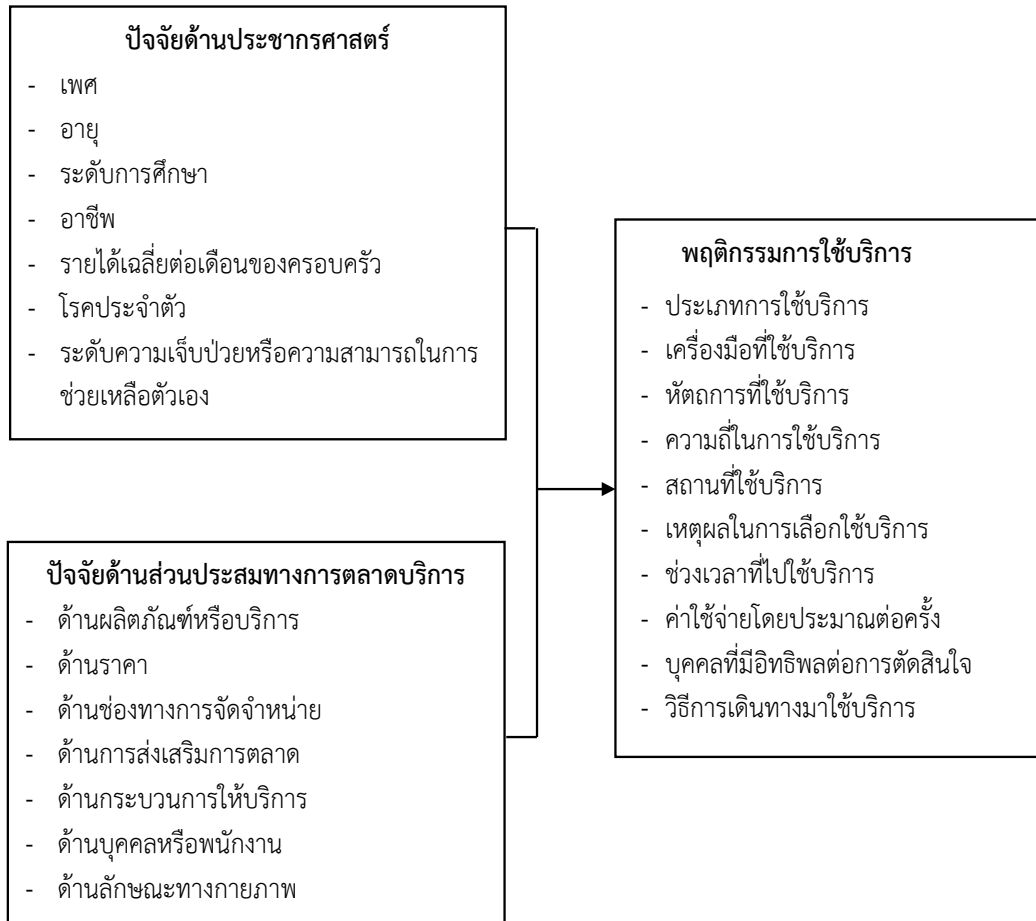
นอกจากนี้ การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การศึกษาของ Fongkhao (2017) เรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการเสริมความงามมาแล้ว 1 ครั้ง โดยรับบริการที่คลินิกปีละ 1 ครั้ง ใช้บริการการผ่าตัดเป็นจำนวนมาก เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้มาใช้บริการ คุณภาพคือเหตุผลหลักในการเลือกสถานบริการ และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคามีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ

เสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาเรื่องราคาถูกเมื่อเทียบกับที่อื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเรื่องสถานที่บริการมีความปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องมีโปรโมชั่นลดราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และการศึกษาของ Somboonwanna (2015) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) สถานออกกำลังกายที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด คือ Fitness First โดนนิยมสมัครสมาชิกระยะเวลา 12 เดือน ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยจะใช้เวลา 2 ชั่วโมงต่อครั้ง อัตราค่าบริการ 2,000-2,500 บาทต่อเดือน วันจันทร์และช่วง 16.01-20.00 น. จะเข้าใช้บริการมากที่สุด การออกกำลังกายที่นิยม คือ คลาสประเภทคาร์ดิโอ โดยตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจใช้บริการ และใช้บริการเพื่อรูปร่างที่ดีขึ้น/กระชับขึ้น 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านความสะดวกและความเหมาะสมของค่าสมาชิก ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านคลาสออกกำลังกาย และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ 3) เพศและอายุที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ที่ต่างกัน โดยเพศชาย มีการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่มากกว่าเพศหญิง และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-35 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่มากที่สุด

กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรต้นที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนของผู้ป่วยที่มาใช้บริการทางกายภาพบำบัด ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว โรคประจำตัว และระดับความเจ็บป่วยหรือความสามารถในการช่วยเหลือตัวเอง 2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการกายภาพบำบัดเอกชน ประกอบด้วย ประเภทการให้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ ซึ่งสามารถสรุปกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ ดังนี้

วิธีการวิจัย



การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรในการวิจัย ได้แก่ ผู้ป่วยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และเคยใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยดัดแปลงและพัฒนาเครื่องมือวิจัยมาจาก Somboonwanna (2015) และ Papetthong (2016) การประเมินระดับความสำคัญใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า ซึ่งแบ่งระดับสำคัญออกเป็น 5 ระดับ โดยเรียงจากน้อยไปมาก (Likert Scale) และมีการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) ด้วยการหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) จากผลการทดสอบข้อคำถามในแบบสอบถาม จำนวน 28 ข้อ พบว่า ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.921 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ Chi-square

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.70 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 52.00 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 31.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.25 ไม่มีโรคประจำตัว คิดเป็น ร้อยละ 72.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีโรคประจำตัว คิดเป็นร้อยละ 28.00 โดยโรคที่พบมากที่สุด ได้แก่ โรคความดันโลหิตสูง คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมา คือ โรคหลอดเลือดสมอง คิดเป็นร้อยละ 15.25 และโรคไขมันในเลือดสูง คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ คิดเป็นร้อยละ 80.00

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน

ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนด้วยอาการปวดบริเวณหลัง คิดเป็นร้อยละ 27.93 เครื่องอัลตราซาวด์เป็นเครื่องมือที่ใช้บริการมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 27.19 การยืดกล้ามเนื้อเป็นหัตถการที่ใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.01 ความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 33.75 สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 51.75 เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 22.58 ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.50 ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 58.25 และสามารถขับรถมาใช้บริการด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 63.00

ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการ

คลินิกกายภาพบำบัดเอกชน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.30	0.527	มากที่สุด
ด้านราคา	4.38	0.509	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.22	0.495	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.95	0.731	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	4.41	0.479	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.61	0.576	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.55	0.593	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.39	0.593	มากที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผลการศึกษาข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน 10 ลำดับแรกพบว่า การบริการที่คุ้มค่า เป็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนมากที่สุด รองลงมา คือ การให้บริการมีคุณภาพ นักกายภาพบำบัดที่มีความเชี่ยวชาญและมีความสามารถในการรักษา อุปกรณ์และเครื่องมือในการรักษาได้มาตรฐานและเพียงพอต่อการใช้งาน ห้องรักษาและบริเวณที่รอรับการรักษามีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และเป็นระเบียบ การให้บริการตรงกับความต้องการ นักกายภาพบำบัด/เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี เอาใจใส่ และมีความสุภาพ นักกายภาพบำบัด/เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย/ดูดีมีความน่าเชื่อถือ การแจ้งรายละเอียดอย่างครบถ้วนก่อนเข้ารับการรักษา และการให้บริการที่รวดเร็ว ตามลำดับ โดยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการในการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่ามากที่สุด 10 ลำดับแรก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
การบริการที่คุ้มค่า	4.74	0.574	มากที่สุด
การให้บริการมีคุณภาพ	4.71	0.568	มากที่สุด
นักกายภาพบำบัดที่มีความเชี่ยวชาญและมีความสามารถในการรักษา	4.7	0.583	มากที่สุด
อุปกรณ์และเครื่องมือในการรักษาได้มาตรฐานและเพียงพอต่อการใช้งาน	4.67	0.603	มากที่สุด
ห้องรักษาและบริเวณที่รอรับการรักษามีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และเป็นระเบียบ	4.66	0.618	มากที่สุด
การให้บริการตรงกับความต้องการ	4.63	0.607	มากที่สุด
นักกายภาพบำบัด/เจ้าหน้าที่มีอริยาบดียดี เอาใจใส่ และมีความสุข	4.63	0.629	มากที่สุด
นักกายภาพบำบัด/เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย/ดูดีมีความน่าเชื่อถือ	4.6	0.653	มากที่สุด
การแจ้งรายละเอียดอย่างครบถ้วนก่อนเข้ารับการรักษา	4.53	0.675	มากที่สุด
การให้บริการที่รวดเร็ว	4.52	0.613	มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านประเภทการใช้บริการ เครื่องมือที่ใช้บริการ หัตถการที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ Chi-square โดยความถี่ที่คาดหวังน้อยกว่า 5 ไม่เกิน ร้อยละ 20 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน

พฤติกรรมการใช้บริการ คลินิกกายภาพบำบัด	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์														
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้เฉลี่ยของ ครอบครัวต่อเดือน		โรคประจำตัว		ระดับความเจ็บป่วย หรือความสามารถใน การช่วยเหลือตัวเอง				
			χ^2	p-value	χ^2	p-value	χ^2	p-value	χ^2	p-value	χ^2	p-value			
	ประเภทการให้บริการ	3.200	.669	229.171	.000***	53.406	.000***	77.667	.000***	34.253	.003**	243.260	.000***	320.520	.000***
	เครื่องมือที่ใช้บริการ	12.161	.095	209.480	.000***	25.379	.031*	63.599	.000***	69.300	.000***	156.219	.000***	223.660	.000***
	หัตถการที่ใช้บริการ	13.479	.019*	191.610	.000***	63.037	.000***	72.403	.000***	102.716	.000***	218.161	.000***	287.787	.000***
	ความถี่ในการให้บริการ	4.504	.212	26.024	.002**	10.391	.109	18.558	.100	15.422	.080	22.021	.000***	31.072	.000***
	สถานที่ให้บริการ	4.272	.234	86.297	.000***	38.667	.000***	40.580	.000***	74.944	.000***	14.867	.002**	14.825	.002**
	เหตุผลในการเลือกใช้บริการ	21.638	.006**	68.218	.000***	19.311	.253	96.813	.000***	127.195	.000***	25.202	.001**	49.214	.000***
	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	5.194	.158	81.553	.000***	23.394	.001**	82.792	.000***	28.261	.001**	49.557	.000***	52.784	.000***
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจ	ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อ ครั้ง	1.049	.789	13.020	.162	12.085	.060	9.539	.657	24.426	.004**	14.549	.002**	16.527	.001**
	บุคลลที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจ	4.637	.098	68.849	.000***	14.354	.006**	24.749	.002**	21.338	.002**	97.180	.000***	134.252	.000***
	วิธีการเดินทางมาใช้บริการ	1.752	.186	144.489	.000***	24.716	.000***	23.106	.000***	19.810	.000***	117.818	.000***	166.909	.000***

หมายเหตุ * หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
** หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
*** หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน โรคประจำตัว และระดับความเจ็บป่วยหรือความสามารถในการช่วยเหลือตัวเอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการและเหตุการณ์ที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง เหตุการณ์ที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ เหตุผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุดเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี รองลงมา คือ ความรู้ความชำนาญของนักกายภาพบำบัด ส่วนเพศชาย เหตุการณ์ที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ เหตุผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุดเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี รองลงมา คือ ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการรักษา

อายุมีความสัมพันธ์กับประเภทการใช้บริการ เครื่องมือที่ใช้บริการ เหตุการณ์ที่ใช้บริการ สถานที่ที่ใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องอัลตราซาวนด์ เหตุการณ์ที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น. การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยการขับรถมาด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้วยอาการอ่อนแรงหรือชา เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ แผ่นประคบร้อนและเครื่องกระตุ้นไฟฟ้า เหตุการณ์ที่ใช้บริการ คือ การออกกำลังกาย ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 08.00-11.00 น.

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทการใช้บริการ เหตุการณ์ที่ใช้บริการ สถานที่ที่ใช้บริการ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กับเครื่องมือที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องอัลตราซาวนด์ เหตุการณ์ที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น. การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยการขับรถมาด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ แผ่นประคบร้อน เหตุการณ์ที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอบ้านตาขุน ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 08.00-11.00 น. และ 17.00-20.00 น.

อาชีพมีความสัมพันธ์กับประเภทการใช้บริการ เครื่องมือที่ใช้บริการ หัตถการที่ใช้บริการ สถานที่ให้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ สถานที่ให้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษา และการบริการที่ดีและได้รับความสะดวกรวดเร็วในการรักษา ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 14.00-17.00 น. การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยการขับรถมาด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณบ่าหรือคอ เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องอัลตราซาวด์ หัตถการที่ใช้บริการ คือ ยืดกล้ามเนื้อ สถานที่ให้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น.

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับเครื่องมือที่ใช้บริการ หัตถการที่ใช้บริการ สถานที่ให้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับประเภทการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว มากกว่า 50,000 บาท มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ แผ่นประคบร้อนและเครื่องอัลตราซาวด์ หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ สถานที่ให้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษา และการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยญาติเป็นผู้รับ-ส่ง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวไม่เกิน 30,000 บาท ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ แผ่นประคบร้อน หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ สถานที่ให้บริการอยู่ในอำเภอบ้านตาขุน เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากความรู้ความชำนาญของนักกายภาพบำบัด ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท

โรคประจำตัวมีความสัมพันธ์กับประเภทการใช้บริการ เครื่องมือที่ใช้บริการ หัตถการที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับสถานที่ให้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีโรคประจำตัว มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องอัลตราซาวด์ หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ให้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษา

และการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยการขับรถมาด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีโรคประจำตัว ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้วยอาการอ่อนแรงหรือชา เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 08.00-11.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท

ระดับความเจ็บป่วยหรือความสามารถในการช่วยเหลือตัวเองมีความสัมพันธ์กับประเภทการให้บริการ เครื่องมือที่ใช้บริการ หัตถการที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องอัลตราซาวนด์ หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยการขับรถมาด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้วยอาการอ่อนแรงหรือชา เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า หัตถการที่ใช้บริการ คือ ออกกำลังกาย ความถี่ในการใช้บริการ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอบ้านตาขุน เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากได้รับความสะดวกรวดเร็วในการรักษา ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 08.00-11.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 501-700 บาท

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในด้านความถี่ในการใช้บริการ สถานที่ใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ Chi-square ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด														
พฤติกรรมการใช้บริการ คลินิกกายภาพบำบัดเอกชน	ผลิตภัณฑ์		ราคา		ช่องทาง การจัดจำหน่าย		การส่งเสริม การตลาด		กระบวนการ ให้บริการ		บุคคลหรือ พนักงาน		ลักษณะทาง กายภาพ	
	χ^2	p-value	χ^2	p-value	χ^2	p-value	χ^2	p-value	χ^2	p-value	χ^2	p-value	λ^2	p-value
ความถี่ในการใช้บริการ	5.382	.496	5.271	.510	4.598	.596	14.033	.121	12.243	.057	6.142	.407	.854	.991
สถานที่ใช้บริการ	21.087	.002**	12.957	.044*	23.288	.001**	12.838	.170	35.486	.000***	13.984	.030*	14.304	.026*
เหตุผลในการเลือก ใช้บริการ	55.131	.000***	85.687	.000***	31.828	.011*	71.486	.000***	48.683	.000***	31.131	.013*	12.803	.687
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	5.800	.446	13.066	.042*	12.039	.061	7.805	.554	5.281	.508	5.281	.946	14.432	.025*
ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ ต่อครั้ง	17.462	.008**	9.710	.137	12.847	.046*	10.424	.317	13.224	.040*	13.224	.041*	11.512	.074
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจ	3.354	.500	9.643	.047*	10.644	.031*	14.920	.021*	5.830	.212	5.830	.464	1.428	.839
วิธีการเดินทางมาใช้บริการ	9.828	.007**	5.695	.058	1.190	.551	7.789	.051	.235	.889	.235	.595	3.658	.161

หมายเหตุ
* หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
** หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
*** หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน และลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ป่วยที่เข้ารับบริการทางกายภาพบำบัดในคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง และวิธีการเดินทางมาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านราคามีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .05 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ และเหตุผลในการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านบุคคลหรือพนักงานมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการ เหตุผลในการเลือกใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการและช่วงเวลาที่ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ป่วยที่มาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรมากที่สุด และให้ความสำคัญในหัวข้อ นักกายภาพบำบัดที่มีความเชี่ยวชาญและมีความสามารถในการรักษา มากที่สุด อาจเนื่องมาจากการรักษาทางกายภาพบำบัดเป็นการรักษาเฉพาะทางโดยผู้ประกอบวิชาชีพ ศิลปะ กระบวนการรักษาจะใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์โดยกระบวนการให้บริการจะเริ่มตั้งแต่การตรวจ ประเมินผู้ป่วย การวินิจฉัยโรคที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อนำไปสู่การรักษาที่ถูกต้อง ปลอดภัยและตอบสนอง ความต้องการของผู้ป่วยมากที่สุด กระบวนการในการรักษานั้นประกอบด้วยหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการรักษาโดยใช้เครื่องมือ ยกตัวอย่างเช่น เครื่องอัลตราซาวด์ (Ultrasound) เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า (Electrical

Stimulation) แผ่นประคบร้อน (Hydrocollator) เครื่องช็อตเวฟ (Shortwave) เครื่องดึงหลัง (Traction) เป็นต้น นอกจากการรักษาโดยใช้เครื่องมือแล้วยังมีการใช้เทคนิคเฉพาะทางซึ่งเป็นการรักษาด้วยการใช้มือ โดยผู้รักษาต้องมีความรู้เกี่ยวกับกายวิภาคศาสตร์สรีระวิทยาที่แม่นยำเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการรักษา เทคนิคการรักษาโดยการใช้มือนั้นมีหลายเทคนิค ยกตัวอย่างเช่น การตัดดึงข้อต่อ (Mobilization and Manipulation) การนวดเฉพาะจุด (Massage) การจัดทำเพื่อให้อกกล้ามเนื้อในท่าที่สบาย (Position Release) เป็นต้น นอกจากนี้ การใช้หลักจิตวิทยาที่ดีในการพูดคุยกับผู้ป่วยยังสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาที่ดีได้อีกด้วย ดังนั้น ความเชี่ยวชาญและความสามารถในการรักษาของนักกายภาพบำบัด จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ป่วยมีความเชื่อมั่นในการรักษาและส่งผลให้ผู้ป่วยมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somboonwanna (2015) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ พบว่า ด้านบุคคลหรือพนักงาน ระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย พนักงานชายและครูผู้สอนมีความรู้ความสามารถ ครูผู้สอนมีความตั้งใจในการให้บริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานมีมารยาท พูดจาสุภาพ อีกทั้งพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการบริการที่คุ้มค่ามากที่สุด อาจเนื่องมาจากผู้ป่วยที่มาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยกลางคน มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ช่วงวัยนี้เป็นวัยที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตให้สูงขึ้น ทำให้คนวัยนี้จะทุ่มเทเวลาให้กับการทำงานเพื่อแสวงหารายได้มาใช้จ่ายภาระต่าง ๆ ในครอบครัว จึงอาจทำให้มีการเปรียบเทียบราคา และใช้ความเหมาะสม ความคุ้มค่าเป็นหลักสำคัญในการพิจารณาใช้บริการ นอกจากนี้ ผู้ป่วยที่มาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีอาชีพเกษตรกรในสัดส่วนที่สูง ซึ่งปัจจุบันพืชเศรษฐกิจสำคัญในพื้นที่ภาคใต้ไม่ว่าจะเป็นปาล์มน้ำมัน ยางพารา หรือมะพร้าว ต่างประสบปัญหาราคาคงตัว ส่งผลให้สภาพทางเศรษฐกิจในจังหวัดไม่ดี ประชาชนมีกำลังซื้อลดลง การใช้จ่ายจึงต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนก่อน การตัดสินใจ ปัจจัยข้างต้นล้วนส่งผลต่อการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fongkhao (2017) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์ พบว่า ด้านราคา ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย ราคามีความเหมาะสมกับการให้บริการ มีให้เลือกหลายราคา วิธีการชำระเงินสะดวก (เงินสดและบัตรเครดิต) ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่น และมีการแจ้งราคาก่อนใช้บริการ

2. ผลจากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศชาย หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ เหตุผลในการเลือกใช้บริการมากที่สุดเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี รองลงมา คือ ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการรักษา ซึ่งอาจเป็นเพราะเพศชายให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Somboonwanna (2015) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ อีกทั้งยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มาใช้บริการด้วยอาการ

ปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องอัลตราซาวด์ หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 17.00-20.00 น. การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยการขับรถมาด้วยตนเอง อาจเป็นเพราะ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีอยู่ในช่วงวัยทำงาน ทำให้มีปัญหาโรคระบบกระดูกและกล้ามเนื้อจากการประกอบอาชีพและพบมากบริเวณหลัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotra, Sarakan, and Ratanarat (2017) ได้ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อป้องกันโรคเรื้อรังในวัยผู้ใหญ่ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อป้องกันโรคเรื้อรัง ทั้งนี้ ยังพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อสถานที่ใช้บริการในพื้นที่ที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fongkhao (2017) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์ พบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์ อีกทั้งยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มาใช้บริการด้วยอาการปวดบริเวณหลัง เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดีและได้รับความสะดวกรวดเร็วในการรักษา ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 14.00-17.00 น. การตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และเดินทางมาใช้บริการโดยการขับรถมาด้วยตนเอง อาจเป็นเพราะ ผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวสามารถไปใช้บริการในช่วง 14.00-17.00 น. ได้เนื่องจากสามารถกำหนดช่วงเวลาได้ด้วยตนเอง ส่วนผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนที่ต้องไปรับบริการในช่วงเวลาหลังเลิกงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srathongma (2014) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงามของชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงามในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ยังพบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวแตกต่างกันส่งผลต่อสถานที่ใช้บริการในพื้นที่ที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fongkhao (2017) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการเสริมความงามภายใต้การดูแลของแพทย์ รวมถึงยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีโรคประจำตัว ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้วยอาการอ่อนแรงหรือชา เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า หัตถการที่ใช้บริการ คือ การยืดกล้ามเนื้อ ความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอเมือง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีมาตรฐานการรักษาและการบริการที่ดี ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 08.00-11.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 301-500 บาท อาจเป็นเพราะโรคประจำตัว เช่น โรคความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวานเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญต่อการเกิดโรคหลอดเลือดสมองตามมา ส่งผลให้ผู้ป่วยมีปัญหาด้านการเคลื่อนไหว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotra et al. (2017) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อป้องกันโรคเรื้อรังในวัยผู้ใหญ่ พบว่า การเป็นโรคเรื้อรังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค

อาหารเพื่อป้องกันโรคเรื้อรัง พร้อมทั้งยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ส่วนใหญ่ มาใช้บริการด้วยอาการอ่อนแรงหรือขา เครื่องมือที่ใช้บริการ คือ เครื่องกระตุ้นไฟฟ้า หัตถการที่ใช้บริการ คือ ออกกำลังกาย ความถี่ในการใช้บริการ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน สถานที่ใช้บริการอยู่ในอำเภอบ้านตาขุน เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากได้รับความสะดวกรวดเร็วในการรักษา ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ 08.00-11.00 น. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง 501-700 บาท อาจเป็นเพราะผู้ที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ จึงมีความจำเป็นต้องให้ญาติเป็นผู้รับ-ส่ง ส่งผลต่อความถี่ในการมาใช้บริการน้อย การตัดสินใจมาใช้บริการขึ้นอยู่กับบุคคลในครอบครัว และส่วนใหญ่ผู้ป่วยจะเป็นโรคหลอดเลือดสมอง ส่งผลต่อเครื่องมือที่ใช้บริการและหัตถการที่ได้รับบริการที่แตกต่างจากผู้ที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ซึ่งส่วนมากมาด้วยอาการปวดบริเวณหลัง นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการให้บริการต่อครั้งสูงกว่าเนื่องจากมีขั้นตอนในการให้บริการที่ซับซ้อนกว่าผู้ป่วยที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chanakan, Juntasopeepun, and Tamdee (2016) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพระดับปฐมภูมิ ของคนพิการทางการเคลื่อนไหว พบว่า ระดับความพิการที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพระดับปฐมภูมิแตกต่างกัน

3. ผลจากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ซึ่งสอดคล้องแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดย Samerjai and Wareewanich (2008) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยสำคัญในการส่งมอบบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการด้านการบริการให้แก่ผู้บริโภค ประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทั้ง 7 ด้าน โดยจากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทุกด้าน ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการ อาจเนื่องมาจากการให้บริการของคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนสามารถให้เวลาในการบริการผู้ป่วยได้อย่างเต็มที่ ส่งผลต่อการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งกระบวนการให้บริการของคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เกิดความสะดวกในการใช้บริการ และหากมีอัตราค่าบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่าที่จะจ่าย หรือการมีโปรโมชั่นที่ดี ย่อมส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและสนใจที่จะใช้บริการ นอกจากนี้ หากได้รับคำแนะนำจากญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักแล้ว ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Srathongma (2014) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงามของชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงามในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการให้บริการมีคุณภาพ รวดเร็ว มีราคาที่เหมาะสม และมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดที่ดี จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลจากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในหลายหัวข้อ ซึ่งผู้ให้บริการควรนำข้อมูลเหล่านี้เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข หรือพัฒนาการให้บริการของธุรกิจคลินิกกายภาพบำบัดให้ดียิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าผู้บริหารและพนักงานของหน่วยงาน กลุ่มองค์กรเอกชน บริษัทหรือห้างร้านต่าง ๆ

2. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรมีการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 เพิ่มโปรแกรมหรือรูปแบบการรักษาให้หลากหลายมากขึ้นในกลุ่มที่มีอาการปวดหลัง ซึ่งเป็นกลุ่มโรคที่พบว่ามีบริการมากที่สุด เพื่อให้ผู้ป่วยมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

2.2 เพิ่มจำนวนนักกายภาพบำบัดหรือเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อการให้บริการของลูกค้าในช่วงเวลา 17.01-18.00 น. ซึ่งมีผู้ป่วยมาใช้บริการจำนวนมาก

2.3 มีการกำหนดอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับความสามารถในการจ่ายของผู้ป่วย ซึ่งค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งอยู่ที่ 301-500 บาท

3. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรให้ความสำคัญกับการให้บริการที่มีคุณภาพ เริ่มตั้งแต่การเอาใจใส่ในรายละเอียดของผู้ป่วยแต่ละรายที่แตกต่างกัน การตรวจร่างกายอย่างครอบคลุม เพื่อวางแผนการรักษาได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ตรงตามความต้องการที่ผู้ป่วยมาใช้บริการ มีการรักษาด้วยอุปกรณ์และเครื่องมือที่มีมาตรฐาน นักกายภาพบำบัดที่มีความรู้ความชำนาญ มีการให้บริการที่มีความสุภาพ อ่อนโยน มีการพูดคุยให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ผู้ป่วยอย่างเต็มที่ รวมถึงสถานที่ที่สะอาดและปลอดภัย ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ถึงคุณภาพของการให้บริการที่ดี

4. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรกำหนดราคาให้เหมาะสมสามารถแข่งขันได้ มีการกำหนดราคาให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้รับบริการ มีการจัดค่าบริการแบบแพ็คเกจ สามารถแบ่งชำระเป็นงวดได้ รวมถึงมีการแสดงอัตราค่าบริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มารับบริการ

5. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรติดต่อประสานกับหน่วยงาน กลุ่มองค์กรเอกชน บริษัทหรือห้างร้านต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียงสถานที่ตั้งคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ในการแนะนำการให้บริการทางกายภาพบำบัด มีการเลือกทำเลที่ตั้งในย่านชุมชน เป็นทางสัญจรของผู้คนจำนวนมาก มีการจัดทำป้ายคลินิกที่สามารถมองเห็นได้ง่ายและชัดเจนจากระยะไกล รวมถึงมีการเปิดช่องทางการติดต่อหลากหลายช่องทางแก่ผู้รับบริการ โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ควรมีการกำหนดระยะเวลาในการตอบกลับที่รวดเร็ว อาจมีการกำหนดเป็นรอบหรือช่วงเวลาในการตอบที่ชัดเจน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

6. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรมีการส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ โดยอาจเป็นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่มีการให้ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มโรคและการรักษาด้วยวิธีการทางกายภาพบำบัดร่วมด้วย

7. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรมีการแนะนำขั้นตอนการใช้บริการ ลักษณะโรคของผู้ป่วย เฉพาะรายบุคคล กระบวนการรักษา แนวโน้มผลการรักษาของผู้ป่วย รวมถึงอัตราค่าใช้จ่ายแก่ผู้ป่วย ให้ชัดเจนก่อนเข้ารับการรักษาทุกครั้ง

8. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีการส่งบุคลากรไปอบรมหรือเรียนรู้ทักษะวิชาการใหม่อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงพัฒนาด้านมนุษยสัมพันธ์ การแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย และบริหารจัดการจำนวนผู้ให้บริการให้เพียงพอกับจำนวนผู้มารับบริการ เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านที่ผู้ป่วยให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

9. คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนควรมีอุปกรณ์เครื่องมือที่หลากหลายและครอบคลุมการให้บริการ ผู้ป่วยทุกกลุ่มโรค และมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ รวมถึงมีการสอบเทียบเครื่องมือวัด (Calibration) เป็นประจำทุกปีเพื่อสร้างความมั่นใจว่าอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้งานมีคุณภาพและมาตรฐานถูกต้องเหมาะสมแก่การนำไปให้บริการผู้ป่วย สิ่งแวดล้อมควรสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีกลิ่นหอม และเสียงเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายแก่ผู้รับบริการ รวมถึงเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ กับผู้ป่วยที่มาใช้บริการ เช่น ที่จอดรถ เนื่องจากผู้ป่วยส่วนมากขับรถมาใช้บริการด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ระดับความเจ็บป่วยหรือความสามารถในการช่วยเหลือตัวเอง มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและวิธีการเดินทางมาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัด เอกชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้ป่วยที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้หรือช่วยเหลือตัวเองได้น้อย มักจะมารับบริการด้วยอาการของโรคหลอดเลือดสมอง การตัดสินใจใช้บริการจะขึ้นอยู่กับบุคคล ในครอบครัว และเดินทางมาใช้บริการโดยญาติเป็น ผู้รับ-ส่ง ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึง ปัจจัยหรือแรงจูงใจของญาติผู้ป่วยที่มีความสัมพันธ์กับการนำผู้ป่วยมารับบริการที่คลินิกกายภาพบำบัด เอกชน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยหรือแรงจูงใจของญาติผู้ป่วยที่ถูกต้อง และสามารถสร้างกลุ่มลูกค้าที่ใช้ บริการคลินิกในระยะยาว เนื่องจากผู้ป่วยกลุ่มโรคนี้ต้องมีระยะเวลาในการรักษาที่นานกว่ากลุ่มโรคอื่น

เอกสารอ้างอิง

- Chanakan, S., Juntasopeepun, P., & Tamdee, D. (2016). Factors influencing primary health care services utilization behavior Among people with mobility disabilities. *Nursing Journal*, 43(5), 93-103. [in Thai]
- Department of Disease Control. (2015). *Annual report 2015*. Retrieved from <http://www.thaincd.com> [in Thai]
- Department of Health. (2017). *Strategic plan for development and stimulating environmental health systems according to the national health development plan during 12th national economic and social development plan (2017-2021)*. Retrieved from <https://www.anamai.moph.go.th> [in Thai]

- Fongkhao, J. (2017). Consumer behavior on selecting cosmetic surgery service under doctor care. *Journal of Rajanagarindra*, 14(32), 127-132. [in Thai]
- Kasikorn Reaserch Center. (2017). *K SME analysis 2017*. Retrieved from <https://www.kasikornbank.com> [in Thai]
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implement, and control* (9th ed.). Upper Saddle River: Prentice-Hall
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotra, P., Sarakan, K., & Ratanarat, P. (2017). Factors related to food consumption behavior for chronic disease prevention in adults. *Journal of Health Science Research*, 10(1), 25-31.
- National Statistical Office. (2017). *Population and proportion report classified by age group (children, workers, elderly), sex and region 2007-2017*. Retrieved from <http://statbbi.nso.go.th> [in Thai]
- Papetthong, S. (2016). *Feasibility study of the physical therapy clinic business in Surat Thani* (Master's thesis). Prince of Songkla University, Songkhla. [in Thai]
- Physical Therapy Department. (2018). *Annual report 2018*. Suratthani Hospital: Surat Thani Province. [in Thai]
- Samerjai, C. (2007). *Consumer behavior*. Bangkok: SE-EDUCATION Public Company. [in Thai]
- Samerjai, C., & Wareewanich, T. (2008). *Principle of marketing*. Bangkok: SE-EDUCATION Public Company. [in Thai]
- Serirat, S. (1995). *Consumer behavior*. Bangkok: Phatthana Sueksa Printing House. [in Thai]
- Somboonwanna, M. (2015). *Factor affecting customer decision toward fitness* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. [in Thai]
- Srathongma, O. (2014). *Marketing factors influencing the customers behavior in the service of beauty spa in Bangkok area* (Master's thesis). Stamford International University, Bangkok. [in Thai]