

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด

ศูนย์บริการสุขภาพ คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Factor influencing the use of Physical Therapy Services at the Physical
Therapy and Hydrotherapy Units, Health Care Service Center,
Faculty of Allied Health Sciences, Thammasat University

ภูวรินทร์ นามแดง^{1*} สมฤดี หาญมานพ²

PHUWARIN NAMDAENG^{1*} SOMRUDEE HANMANOP²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด 2. ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการกายภาพบำบัด ในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพคณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้เป็นผู้รับบริการ จำนวน 205 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป และปัจจัยทางการตลาด และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ในการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด ($\alpha=0.05$)

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการกายภาพบำบัด ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากที่สุด โดยมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.64, 4.48, 4.34, 4.28, 4.73, 4.46 และ 4.54 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา บริการกายภาพบำบัด การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ในการพัฒนาการบริการกายภาพบำบัดของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ควรพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวโดยเฉพาะ 3 ปัจจัยแรกที่ได้รับบริการให้ ความสำคัญ หน่วยงานควรกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสม จัดการคุณภาพบริการกายภาพบำบัด และมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจสูงสุด

คำสำคัญ: ปัจจัย,กายภาพบำบัด,บริการ

^{1*} - ² ตำแหน่งนักกายภาพบำบัด ภาควิชากายภาพบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹⁻² Physical Therapist, Division of Physical Therapy, Faculty of Allied Health Science, Thammasat University

* Corresponding Author: nphuwari2436@gmail.com

Abstract

The purposes of the study were 1) to study the factor influencing on the use of Physical Therapy services; and 2) to study of the problems and suggestions regarding to services in physical therapy at Physical therapy and hydrotherapy unit, Health service center, Faculty of allied health sciences, Thammasat University. A total of 205 participants were asked to complete the questionnaire regarding to services in physical therapy unit. Data analyzed were described by using software computer with descriptive statistics (i.e., frequency, mean, percentage, and standard deviation). The relationship of Factors influencing on using Physical Therapy Services were analyzed by multiple Linear Regression Analysis ($\alpha=0.05$).

The results of this study found that 7 factors that influence on the use of Physical Therapy services were product, price, place, promotion, people, physical process and evidence and presentation with an average satisfaction level of 4.64, 4.48, 4.34, 4.28, 4.73, 4.46 and 4.54 respectively. Therefore, an improvement in physical therapy services should be concern regarding the most of 3 factors (i.e., reasonable price, quality of services, and physical appearance) as a result of client's satisfaction.

Keywords: Factor, Physical Therapy, Services

หลักการและเหตุผล

หน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพคณะสหเวชศาสตร์ เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ฝึกประสบการณ์และฝึกปฏิบัติงานทางกายภาพบำบัดแก่นักศึกษากายภาพบำบัด อีกทั้งยังเป็นสถานที่ให้บริการวิชาการแก่บุคลากร และบุคคลทั่วไป การให้บริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) บริการกายภาพบำบัด และ 2) บริการธาราบำบัด ปัจจุบันการดำเนินงานของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด บริหารงานผ่านศูนย์บริการสุขภาพคณะสหเวชศาสตร์และภาควิชากายภาพบำบัด โดยมุ่งเน้นการบริการที่ไม่มุ่งผลกำไร เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบในการจัดระบบบริหารจัดการและดำเนินงานให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคม โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน ด้วยการบริการที่ทันสมัยถูกต้องตามหลักวิชาชีพ สะดวก รวดเร็ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการให้บริการหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด จึงให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะบุคลากร โดยกำหนดให้นักกายภาพบำบัดเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ

หรือเข้าร่วมประชุมวิชาการ เพื่อพัฒนาทักษะด้านวิชาชีพอย่างน้อยปีละ 1 เรื่อง และอบรมด้านการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการอย่างน้อย ปีละ 1 เรื่อง โดยหวังผลให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ซึ่งประเมินผลจากความพึงพอใจ และจำนวนของผู้รับบริการ แต่ทั้งนี้การพัฒนาคุณภาพบุคลากรเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดของผู้รับบริการ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้า และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค นับเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจต่อการเลือกใช้ใช้บริการ (เสรี วงษ์มณฑา, 2546: 33)

ซึ่งการบริการทางการแพทย์ เป็นบริการบริการทางวิชาชีพที่ตอบสนองความต้องการของสังคม มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในภาวะปกติ และภาวะเจ็บป่วย แบบองค์รวมทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม การบริการ หมายถึงกิจกรรมใด ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นการตอบสนองความ

ต้องการของผู้ใช้บริการให้บรรลุผลสำเร็จ อาจจะเป็นสินค้าที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ ซึ่งการบริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ อันเป็นหัวใจสำคัญในการให้บริการ (ศิริวรรณ และคณะ, 2541 : 54) โดยองค์ประกอบของการบริการที่ดี ประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานการบริการ องค์กรบริการ ผลสัมฤทธิ์บริการ และสภาพแวดล้อมการบริการ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2547 : 1-17) นอกจากคำนึงถึงองค์ประกอบบริการที่ดีแล้ว ยังมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมบริการ เช่น โรงพยาบาล จึงจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps (Kotler, 2000 :9-10) ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product; P1) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเสนอขายให้กับผู้ซื้อ หรือผู้รับบริการ อาจเป็นสิ่งของหรือการบริการต่างๆ ซึ่งคุณภาพการบริการจะต้องประกอบจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสวยงามของสถานที่ รวมทั้งอัธยาศัยไมตรีของพนักงานให้บริการ

2. ราคา (Price; P2) เป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดด้วยค่าเงิน เป็นสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ และเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพต่อการบริการที่ได้รับ กล่าวคือถ้าราคาสินค้าหรือบริการมีมูลค่าสูงลูกค้าย่อมมีความคาดหวังสูงต่อการบริการที่ได้รับ ผลที่ตามมาคือผู้ประกอบการจะต้องให้บริการด้วยมาตรฐานสูงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place; P3) เป็นโครงสร้างของช่องทางในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ หรือบริการจากผู้ประกอบการไปยังตลาด ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม โดยการจัดจำหน่ายนั้นสามารถให้บริการหลายช่องทาง เช่นร้านหรือสถานประกอบการ บ้านหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ ผ่านตัวแทน และอิเล็กทรอนิกส์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion; P4) เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร การให้ส่วนลด หรือการให้บริการแก่ลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง

5. บุคลากร (People; P5) ประกอบด้วยบุคลากรทั้งหมดที่อยู่ในหน่วยงานนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่ผู้บริหารและพนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคลากรทุกระดับจะมีผลต่อคุณภาพการบริการ และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะตัดสินใจใช้บริการ

6. กระบวนการ (Process; P6) เป็นส่วนประกอบทางการตลาดที่สำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานหรือกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการส่งมอบงานหรือการบริการที่มีคุณภาพให้ถึงมือลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยหลายขั้นตอน ตั้งแต่การต้อนรับลูกค้า การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการที่ต้องการ การชำระเงิน การนัดหมาย เป็นต้น ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีความเชื่อมโยงกัน เพื่อให้การบริการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence and presentation; P7) ได้แก่อาคารสถานที่ตั้งของธุรกิจหรือบริการ วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ลานจอดรถ ห้องน้ำ การตกแต่งสถานที่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นปัจจัยในการกำหนดที่จะเลือกใช้สินค้าหรือบริการ โดยมักจะคาดหวังว่าถ้าสถานที่สะอาด ปลอดภัย ตกแต่งสวยงาม คุณภาพการบริการก็จะดีด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่างๆรวมทั้งการบริการทางสาธารณสุขอาจประกอบด้วยหลายปัจจัย จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของจริยา เรือนแก้ว (2550) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ลำดับแรกคือ สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การส่งเสริมการตลาด และให้ความสำคัญต่อราคาเป็นลำดับสุดท้าย ในด้านการรับบริการทางสาธารณสุข ไพศาล พิณทิสัย (2555) รายงานว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสุขภาพของผู้ประกันตนที่ใช้สิทธิประกันสังคมในสถานพยาบาลจังหวัดลำปาง คือระยะเวลาในการมาใช้บริการและอพยพเดินทางจากบ้านมาโรงพยาบาล ส่วนปัจจัยรองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของบุคลากร สภาพแวดล้อม ระบบการให้บริการ การให้คำแนะนำ การรับข่าวสาร และการให้บริการอื่นๆ ขณะที่วัชรกร กุขโร (2546) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลรัฐในจังหวัดร้อยเอ็ด คือความพึงพอใจในประเด็นความรู้และข้อแนะนำ การปฏิบัติตนจากเจ้าหน้าที่ หมอ และพยาบาล ส่วนผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนจะมีความพึงพอใจในเรื่องสถานที่ คุณภาพการรักษา มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เจ้าหน้าที่และแพทย์มีความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ดี สอดคล้องกับ ธนวัฒน์ นันทสมบุรณ์ (2542) ที่รายงานว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนต่อการใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ คือความรวดเร็วในการบริการ รองลงมาคือปัจจัยทางด้านทัศนคติและความเชื่อ และด้านเศรษฐกิจ ในการบริการทางกายภาพบำบัดนั้น ภัคจิรา ปีติผล (2556) รายงานว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร คือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของนักกายภาพบำบัด การคิดราคาเป็นรายครั้ง การให้บริการรวดเร็ว และความสะอาดของสถานที่

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น พบว่าปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ประการนั้น มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ น่าจะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพสุขภาพ คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตลอดจนจนเป็น การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการหรือประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการท่านอื่นทราบต่อไป ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพ คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจต่อการบริการสูงสุด

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด

2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการกายภาพบำบัด

วิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้รับบริการกายภาพบำบัด หน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพ คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 205 คน ด้วยวิธีของ Taro Yamane โดยอ้างอิงจำนวนประชากรจากจำนวนผู้รับบริการ 420 คน ในปี พ.ศ. 2558 และได้รับการรับรองโครงการวิจัยจาก คณะอนุกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ชุดที่ 3 สาขาวิทยาศาสตร์ หมายเลข 098/2559

2. สถานที่ในการเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูล ณ หน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพ คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการประเมินความเหมาะสมและแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน ในการเก็บข้อมูล แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป จำนวน 12 ข้อ ปัจจัยด้านการตลาด จำนวน 48 ข้อ และข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอธิบายขั้นตอนการวิจัยและให้อาสาสมัครลงนามในหนังสือแสดงความยินยอมเข้าร่วมการวิจัยของอาสาสมัครวิจัย แล้วให้อาสาสมัครทำการตอบแบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการอธิบายปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไป และปัจจัยทางการตลาด ด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

5.2 เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม ตามแนวคิดของมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert rating scale) (ณิชา สืบสุข, 2558: 695 - 665) โดยเรียงลำดับดังนี้ ระดับมากที่สุด มาก

ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ให้ 5, 4, 3, 2 และ 1 คะแนนตามลำดับ

5.3 การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ ได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลผลข้อมูลไว้ 5 ระดับ ตามแนวคิดของมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert rating scale) (ณิชา สืบสุข, 2558: 695 - 665) ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00, 3.50 - 4.49, 2.50 - 3.49, 1.50 - 2.49 และ 1.00 - 1.49 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบริการที่เลือกใช้บริการ ภายภาพบำบัดและธาราบำบัดมากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุดตามลำดับ

5.4 ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ภายภาพบำบัดในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพคณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ภายภาพบำบัดในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการกายภาพบำบัดในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพคณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการกายภาพบำบัด		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ			
	ชาย	74	36
	หญิง	131	64
2. อายุ			
	ต่ำกว่า 20 ปี	10	5
	20 - 30 ปี	38	18
	31 - 40 ปี	28	14
	41 - 50 ปี	31	15
	51 - 60 ปี	38	19
	61 ปีขึ้นไป	60	29
3. สถานภาพการสมรส			
	โสด	83	41
	สมรส	100	49
	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	5	2
	หม้าย	17	8

ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการกายภาพบำบัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	58	28
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	24	12
อนุปริญญา/ปวส	19	9
ปริญญาตรี	87	43
สูงกว่าปริญญาตรี	17	8
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	101	49
15,000 – 30,000 บาท	66	32
30,001 – 50,000 บาท	26	13
มากกว่า 50,000 บาท	12	6
6. ประเภทผู้รับบริการ		
บุคลากรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	48	23
บุคคลทั่วไป	157	77
7. สิทธิการรักษา		
ข้าราชการ	46	22
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	2
ประกันสังคม	31	15
ชำระเงินเอง	124	61
8. ที่อยู่อาศัย		
เทศบาลเมืองท่าโขลง	18	9
เทศบาลเมืองคลองหลวง	74	36
เทศบาลนครรังสิต	19	9
อื่นๆ	94	46
9. การเดินทาง		
รถยนต์ส่วนตัว	127	62
รถจักรยานยนต์	22	11
รถโดยสารสาธารณะ	56	27
อื่นๆ	-	
10. การบริการที่ได้รับ		
กายภาพบำบัด	151	74
ธาราบำบัด	54	26
11. อาการ/ปัญหา		
ระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ	131	64
ระบบประสาท	38	19
การบาดเจ็บจากการเล่นกีฬา	34	16
กระตุ้นพัฒนาการเด็ก	2	1
12. มารับบริการเนื่องจาก		
ชื่อเสียงของหน่วยกายภาพบำบัดฯ	54	26
เพื่อน/ญาติ แนะนำ	121	59
การส่งต่อจากหน่วยงานอื่น	22	11
เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์	8	4
อื่นๆ	-	-

จากการสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
กายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่มีระดับ
ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ในระดับ 5 ซึ่ง
หมายถึงส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนผสมทาง
การตลาดในระดับมากที่สุด ดังนี้ 1) ด้านบริการ
กายภาพบำบัด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.64
คะแนน ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญต่อการ
ซักประวัติและตรวจร่างกายก่อนเข้ารับบริการครั้งแรก
ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 76.60 2) ด้านราคา
ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.48 คะแนน ใน
ระดับมากและให้ความสำคัญต่อการสามารถเบิกได้ตาม
ระเบียบกระทรวงการคลังมากที่สุด ร้อยละ 65.40 3)
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้รับบริการมี
ความพึงพอใจเฉลี่ย 4.34 คะแนน ในระดับมาก และให้
ความสำคัญต่อพื้นที่ให้บริการของหน่วยกายภาพบำบัด
ๆ มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการบริการที่จัดให้
ผู้ป่วยมากที่สุด ร้อยละ 65.90 4) ด้านการส่งเสริม

การตลาด ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.28
คะแนน ในระดับมากและให้ความสำคัญต่อการมี
ส่วนลดแก่ผู้รับบริการที่ยินดีเป็นกรณีศึกษาแก่นักศึกษา
มากที่สุดร้อยละ 61.50 5) ด้านบุคลากร ผู้รับบริการมี
ความพึงพอใจเฉลี่ย 4.73 คะแนน ในระดับมากที่สุด
และให้ความสำคัญต่อการบริการที่สุภาพและเป็นมิตร
ของนักกายภาพบำบัดมากที่สุด ร้อยละ 84.9 6) ด้าน
การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.54 คะแนน ใน
ระดับมากที่สุดและให้ความสำคัญต่อการแยกห้องน้ำ
ผู้รับบริการทั่วไปและผู้รับบริการที่ใช้รถเข็นหรือ
ผู้สูงอายุมากที่สุดร้อยละ 70.2 และ 7) ด้าน
กระบวนการให้บริการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจเฉลี่ย
4.46 คะแนน ในระดับมากและให้ความสำคัญต่อการ
ให้บริการตามลำดับอย่างยุติธรรมร้อยละ 73.7 ดัง
ตารางที่ 2

**ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านต่างๆ ในการใช้บริการกายภาพบำบัดในหน่วย
กายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพคณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**

ปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ					เฉลี่ย	ระดับ
	5	4	3	2	1		
ด้านบริการกายภาพบำบัด							
1. การบริการมีความหลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มอาการ (กระดูกและ กล้ามเนื้อ,การบาดเจ็บทางการกีฬา, ระบบประสาท, พัฒนาการล่าช้า)	69.3% (142)	29.3% (60)	1.5% (3)			4.68	มากที่สุด
2. การรับบริการกายภาพบำบัดมีความปลอดภัย	73.2% (150)	24.4% (50)	2.0% (4)	0.5% (1)		4.70	มากที่สุด
3. อุปกรณ์การรักษามีความทันสมัย	61.5% (126)	33.7% (69)	4.9% (10)			4.57	มากที่สุด
4. อุปกรณ์การรักษามีจำนวนที่เพียงพอ	58.0% (119)	33.7% (69)	8.3% (17)			4.50	มากที่สุด
5. อุปกรณ์การรักษามีความสะอาดและปลอดภัย	76.0% (156)	22% (45)	2.0% (4)			4.74	มากที่สุด
6. มีการซักประวัติและตรวจร่างกายก่อนเข้ารับบริการครั้งแรก	76.6% (157)	18.5% (38)	4.9% (10)			4.72	มากที่สุด
7. มีตรวจประเมินร่างกายซ้ำเป็นระยะ ๆ	67.3% (138)	25.9% (53)	5.9% (12)	1.0% (2)		4.60	มากที่สุด
เฉลี่ยด้านบริการกายภาพบำบัด						4.64	มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ						
	5	4	3	2	1	เฉลี่ย	ระดับ
ด้านราคา							
8. อัตราค่าบริการมีความเหมาะสม	60.0% (123)	32.7% (67)	5.9% (12)	1.5% (3)		4.51	มากที่สุด
9. สามารถเบิกได้ตามระเบียบกระทรวงการคลัง	65.4% (134)	20.5% (42)	8.3% (17)	3.4% (7)	2.5% (5)	4.45	มาก
เฉลี่ยด้านราคา						4.48	มาก
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย							
10. สถานที่ตั้งของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดมีทำเลที่เหมาะสม	57.6% (118)	34.6% (71)	6.8% (14)	1.0% (2)		4.49	มาก
11. พื้นที่ให้บริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดมีความเหมาะสมสอดคล้องกับการบริการที่จัดให้กับผู้ป่วย	65.9% (135)	28.3% (58)	5.9% (12)			4.60	มากที่สุด
12. หน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดจัดให้มีที่จอดรถที่เพียงพอ	43.4% (89)	22.9% (47)	20.0% (41)	10.2% (21)	3.4% (7)	3.93	มาก
เฉลี่ยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย						4.34	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด							
13. มีส่วนลดแก่ผู้รับบริการที่ยินดีเป็นกรณีศึกษาให้นักศึกษา	61.5% (126)	25.9% (53)	7.8% (16)	3.9% (8)	1.0% (2)	4.43	มาก
14. มีส่วนลดแก่ผู้รับบริการธาราบำบัดแบบกลุ่ม (5 คนขึ้นไป)	50.2% (103)	29.8% (61)	17.1% (35)	2.4% (5)	0.5% (1)	4.27	มาก
15. มีการแจกคู่มือส่วนลดตามโอกาสสำคัญต่าง ๆ	45.9% (94)	30.7% (63)	17.1% (35)	3.9% (8)	2.4% (5)	4.14	มาก
เฉลี่ยด้านส่งเสริมการตลาด						4.28	มาก
ด้านบุคลากร							
16. การแต่งกายของนักกายภาพบำบัดมีความสุภาพเหมาะสม	74.7% (152)	22.9% (48)	2.4% (5)			4.72	มากที่สุด
17. นักกายภาพบำบัดให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	84.9% (174)	14.1% (29)	1.0% (2)			4.84	มากที่สุด
18. นักกายภาพบำบัดมีความกระตือรือร้นและตั้งใจให้บริการ	82.0% (168)	15.1% (31)	2.4% (5)	0.5% (1)		4.79	มากที่สุด
19. นักกายภาพบำบัดมีประสบการณ์และความน่าเชื่อถือ	80.5% (165)	17.1% (35)	2.4% (5)			4.78	มากที่สุด
20. นักกายภาพบำบัดให้คำแนะนำและเปิดโอกาสให้ซักถามได้อย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	80.0% (164)	18.0% (37)	2.0% (4)			4.78	มากที่สุด
21. นักกายภาพบำบัดมีทักษะในการให้บริการ	81.5% (167)	16.1% (33)	2.4% (5)			4.79	มากที่สุด
22. นักกายภาพบำบัดให้คำแนะนำในการดูแลตนเองที่บ้านได้เหมาะสม	74.1% (152)	21.5% (44)	4.4% (9)			4.70	มากที่สุด
23. จำนวนนักกายภาพบำบัดเพียงพอต่อการให้บริการ	57.6% (118)	32.2% (66)	8.3% (17)	1.5% (3)	0.5% (1)	4.45	มาก
24. การแต่งกายของเจ้าหน้าที่มีความสุภาพเหมาะสม	77.6% (159)	18% (37)	4.4% (9)			4.73	มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ						เฉลี่ย	ระดับ
	5	4	3	2	1			
25. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	82.9% (170)	14.1% (29)	2.9% (6)				4.80	มากที่สุด
26. เจ้าหน้าที่สามารถแนะนำขั้นตอนและประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง	77.1% (158)	18% (37)	4.4% (9)	5% (1)			4.72	มากที่สุด
เฉลี่ยด้านบุคลากร							4.73	มากที่สุด
ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ								
27. พื้นที่โดยทั่วไปมีบริเวณกว้างขวางเพียงพอต่อการให้บริการ	67.3% (138)	23.4% (48)	8.8% (18)	0.5% (1)			4.58	มากที่สุด
28. มีการจัดพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วนตามประเภทของผู้รับบริการ	67.82% (139)	23.9% (49)	6.3% (13)	1.5% (3)			4.59	มากที่สุด
29. มีจำนวนห้องรักษาเพียงพอต่อการรับบริการ	61% (125)	31.7% (65)	6.8% (14)	0.5% (1)			4.53	มากที่สุด
30. เก้าอี้หรือที่นั่งพักสำหรับผู้ใช้บริการมีจำนวนเหมาะสม	63.9% (131)	31.7% (65)	9% (4.4)				4.60	มากที่สุด
31. น้ำดื่มและแก้วน้ำสะอาดสำหรับผู้รับบริการมีความเหมาะสม	57.6% (118)	31.2% (64)	11.2% (23)				4.46	มาก
32. ความปลอดภัยในการใช้พื้นที่ให้บริการ (ห้องรักษา/ห้องน้ำ)	64.9% (133)	30.7% (63)	3.9% (8)	5% (1)			4.60	มากที่สุด
33. ความสะอาดและความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ (ห้องรักษา/ห้องน้ำ)	66.8% (137)	28.3% (58)	4.9% (10)				4.62	มากที่สุด
34. จำนวนห้องน้ำเหมาะสมกับจำนวนผู้รับบริการ	66.8% (137)	25.9% (53)	7.3% (15)				4.60	มากที่สุด
35. แยกห้องน้ำผู้รับบริการทั่วไป และผู้รับบริการที่ไ้รลเซ็นหรือผู้สูงอายุ	70.2% (144)	24.4% (50)	4.9% (10)	0.5% (1)			4.64	มากที่สุด
36. รถเข็นมีจำนวนเพียงพอต่อผู้รับบริการ	48.8% (100)	32.7% (67)	14.1% (29)	4.4% (9)			4.26	มาก
37. สาระธาบำบัดมีขนาดเหมาะสมต่อการออกกำลังกาย	56.6% (116)	34.1% (70)	7.8% (16)	1.5% (3)			4.46	มาก
38. สามารถปรับอุณหภูมิของน้ำในสระธาบำบัด	61.5% (126)	30.2% (62)	7.8% (16)	0.5% (1)			4.53	มากที่สุด
39. พื้นสระธาบำบัดสามารถปรับระดับขึ้นลงได้	65.4% (134)	29.3% (60)	4.9% (10)	0.5% (1)			4.60	มากที่สุด
เฉลี่ยด้านโครงสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ							4.54	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ								
40. การสื่อสารการบริการมีหลายช่องทาง เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์	46.3% (95)	29.8% (61)	20.5% (42)	2.9% (6)	0.5% (1)		4.19	มาก
41. มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการชัดเจน	47.3% (37)	27.8% (61)	19.5% (40)	3.9% (8)	1.5% (3)		4.16	มาก
42. ใบเสร็จรับเงินแสดงรายละเอียดการรักษาที่ได้รับ	69.8% (143)	25.9% (53)	4.4% (9)				4.65	มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการ	ระดับความพึงพอใจ						เฉลี่ย	ระดับ
	5	4	3	2	1			
43. การเข้ารับบริการด้วยระบบนัดหมาย	70.7% (145)	24.4% (50)	3.9% (8)	1.0% (2)			4.65	มากที่สุด
44. มีป้ายแสดงขั้นตอนการรับบริการที่ชัดเจน	58% (119)	24.9% (51)	14.6% (30)	1.5% (3)			4.38	มาก
45. ความรวดเร็วในการให้บริการ	72.2% (148)	24.4% (50)	3.4% (7)				4.69	มากที่สุด
46. ให้บริการตามลำดับอย่างยุติธรรม	73.7% (151)	23.9% (49)	2.4% (5)				4.71	มากที่สุด
47. วันและเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	64.9% (133)	30.7% (63)	3.4% (7)	1% (2)			4.61	มากที่สุด
48. มีบริการข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อความรู้ต่าง ๆ	44.4% (91)	33.2% (68)	19% (39)	2.0% (4)	1.5% (3)		4.17	มาก
เฉลี่ยด้านกระบวนการให้บริการ							4.46	มาก

เมื่อนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของอาสาสมัคร มาวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) จะพบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดกับระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สิทธิการรักษา และที่อยู่อาศัย ดังนี้ ระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการกายภาพบำบัด ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการ

จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สิทธิการรักษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลมีผลต่อการมารับบริการกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพคณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กับระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สิทธิการรักษา และที่อยู่อาศัย ของผู้ให้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการกายภาพบำบัดและธาราบำบัด	ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน	สิทธิการรักษา	ที่อยู่อาศัย
1. ด้านบริการกายภาพบำบัด	0.003*	0.072	0.183	0.330
2. ด้านราคา	0.023*	0.342	0.755	0.369
3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	0.000*	0.003*	0.018*	0.006*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.000*	0.000*	0.040*	0.002*
5. ด้านบุคลากร	0.068	0.125	0.798	0.068
6. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	0.002*	0.037*	0.148	0.041*
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.000*	0.000*	0.029*	0.003*

p < 0.05, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายและสรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพพิเศษเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท เป็นบุคคลทั่วไป ชำระเงินค่ารักษาเอง อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองคลองหลวงเดินทางมารับบริการด้วยรถยนต์ส่วนตัว มารับบริการเนื่องจากปัญหาหรืออาการระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ และมารับบริการเนื่องจากเพื่อนหรือญาติแนะนำ โดยปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือปัจจัยด้านราคา บริการกายภาพบำบัด และการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับบริบทของหน่วยงาน และความต้องการของผู้รับบริการ อีกทั้งทำให้ทราบว่าการเน้นการบริการหรือเจาะผู้รับบริการกลุ่มไหน ส่วนกลุ่มอาการหรือปัญหาที่มารับบริการน้อย จะกระตุ้นให้เพิ่มจำนวนได้อย่างไร และจะทำการประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางได้อย่างไร ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการจองรถของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม (ภักจิรา ปิติผล, 2556 : 413 – 430) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการมารับบริการในการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านต่างๆ ในระดับ 5 ซึ่งหมายถึงให้ระดับความสำคัญต่อส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ในระดับมากที่สุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าส่วนประสมการตลาด (Marketing Mixes 7) หรือ 7Ps เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด เนื่องจากเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มักจะนำมาใช้ในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมบริการ (Kotler, 2000 : 9: 3-10) เช่น โรงพยาบาล ประกอบไปด้วยด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ในผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า

ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านบริการให้ความสำคัญกับการซักประวัติและตรวจร่างกายก่อนเข้ารับบริการครั้งแรกมากที่สุด ด้านราคาให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการที่สามารถเบิกได้ตามระเบียบกระทรวงการคลังมากที่สุด ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับพื้นที่ให้บริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดมีความเหมาะสมสอดคล้องกับการบริการที่จัดให้ผู้ป่วย มากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการมีส่วนลดแก่ผู้รับบริการที่ยินดีเป็นกรณีศึกษาแก่นักศึกษามากที่สุด ด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับการบริการที่สุภาพและเป็นมิตรของนักกายภาพบำบัดมากที่สุด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญกับการแยกห้องน้ำผู้รับบริการทั่วไปและผู้รับบริการที่ไ้รถเข็นหรือผู้สูงอายุมากที่สุด และด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับการบริการตามลำดับอายุผู้รับบริการมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาของภักจิรา ปิติผล (2556) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกกายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับการศึกษาของณิชา สืบสุขและคณะ (2558) ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อนำข้อมูลด้านระดับการศึกษา รายได้ สิทธิการรักษาและที่อยู่อาศัย มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดด้วยวิธีการทางสถิติ พบว่า ด้านระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา สอดคล้องกับการศึกษาของภักจิรา ปิติผล (2556) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเป็นอันดับแรกคือ ราคา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ

กล่าวคือจะต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับคุณภาพหรือมาตรฐานการบริการที่ได้รับ หากราคาสูงความคาดหวังในการรับบริการยิ่งสูงตาม (Kotler, 2000 : 9 - 10) ด้านสิทธิการรักษาคือความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมการบริการที่สำคัญมีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ และเป็นสิ่งที่สามารถทำให้เกิดข้อแตกต่างชัดเจนกับคู่แข่งอื่นๆ ทางธุรกิจ และเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการสามารถจับต้องและมองเห็นได้อย่างชัดเจน (จิตตินันท์ เตชะคุปต์, 2547: 1 - 17) จากการศึกษาของจริยา เรือนแก้ว (2550) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น จำนวนสาขา ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม การมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีผลต่อการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์เป็นลำดับแรก ด้านรายได้และด้านที่อยู่อาศัยให้ความสำคัญกับการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ตั้งของธุรกิจหรือบริการ โดยรวมถึงสถานที่ทั้งหมดและวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เช่น จอรถ หอน้ำ การตกแต่งสถานที่ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการใช้เป็นปัจจัยในเลือกใช้สินค้าหรือบริการ และมักจะคาดหวังว่าถ้าสถานที่สะอาด ปลอดภัย ตกแต่งสวยงาม คุณภาพการบริการก็จะดีด้วย (Kotler, 2000 : 9 - 10) วัชรกร กุชโร (2546) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดร้อยเอ็ดมีความพึงพอใจในเรื่องสถานที่สะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก และการศึกษาของไพศาล พินทิสืบ (2555) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสุขภาพของผู้ประกันตนที่ใช้สิทธิประกันสังคมในสถานพยาบาลจังหวัดลำปาง คือระยะเวลาในการมาใช้บริการ และสามารถเดินทางจากบ้านมาโรงพยาบาล นอกจากปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดของผู้รับบริการกายภาพบำบัดหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดที่เห็นว่ามีค่าสำคัญมากที่สุดดังกล่าวแล้ว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ ก็ยังมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการหรือหน่วยงาน จึงไม่สามารถมองข้ามความสำคัญไปได้ เพื่อให้การบริการกายภาพบำบัดเป็นไปตามความเหมาะสม ตรงตาม

มาตรฐานวิชาชีพ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้สอดคล้องกับบริบทของหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดในหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพ คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลที่ได้จากการศึกษา จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานเพื่อใช้ในการพัฒนาหน่วยงานและการบริการให้สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้การพัฒนาหน่วยงานและการบริการตรงตามความต้องการของผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนางานพิจารณาได้จากปัจจัยด้านราคาจะต้องมีความเหมาะสมกล่าวคือ อัตราค่าบริการควรใกล้เคียงกับประกาศของกระทรวงสาธารณสุขหรือสถานบริการภาครัฐอื่น ๆ และสามารถเบิกจ่ายได้ตามระเบียบกระทรวงการคลัง และในอนาคตอาจขยายสิทธิการรักษาให้ครอบคลุมกับผู้รับบริการทุกกลุ่ม ด้านบริการกายภาพบำบัด จะต้องมีความหลากหลายครอบคลุมทุกกลุ่มอาการ การรักษาความปลอดภัย และอุปกรณ์การรักษามีความทันสมัย การพัฒนาต่อไป อาจจัดให้มีการให้บริการในกลุ่มผู้ป่วยที่มีลักษณะพิเศษเช่น ภาวะกระดูกสันหลังคด การฟื้นฟูร่างกายก่อนและหลังผ่าตัด การส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุ เป็นต้น และการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หน่วยงานจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้รับบริการที่ใช้รถเข็นหรือผู้สูงอายุ โดยจัดพื้นที่ให้มีความสะอาด ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ และอาจพัฒนาโดยการจัดให้มีกริ่งสัญญาณในห้องรักษาและห้องน้ำ เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในกลุ่มผู้รับบริการที่มีความสุขของอาการหรือปัญหาหนักที่สุด หรืออาจทำการศึกษาในกลุ่มผู้รับบริการที่มีความสุขของอาการหรือปัญหาน้อยที่สุด เพื่อให้เกิดการขยายการบริการไปยังผู้รับบริการกลุ่มใหม่และเพิ่มผลผลิตในการให้บริการได้อย่างครอบคลุมทุกอาการหรือปัญหา ตลอดจนนำข้อเสนอแนะของผู้รับบริการต่อปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้านที่สามารถทำได้มาปรับปรุงและพัฒนาหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ด้วยความอนุเคราะห์ของหน่วยกายภาพบำบัด ศูนย์บริการสุขภาพ คณะสหเวชศาสตร์ ในการอนุญาตให้ใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูล และผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสองท่านที่ได้กรุณาพิจารณาให้คำแนะนำในการสร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จนกระทั่งมีความสมบูรณ์สามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอขอบคุณอาสาสมัครทุกท่านที่เสียสละ

เวลาเข้าร่วมโครงการวิจัย ขอขอบคุณคณาจารย์ภาควิชากายภาพบำบัดที่ให้คำแนะนำระหว่างดำเนินโครงการวิจัย ขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานที่สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือในการวิจัยนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะสหเวชศาสตร์ที่เห็นความสำคัญ และให้ทุนสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับบริการ ณ หน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัดทั้งในปัจจุบันและอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จริยา เรือนแก้ว. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการจากธนาคารพาณิชย์ ของนักศึกษาสาย
สังคมศาสตร์ ระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2547). เอกสารการสอนชุดจิตวิทยา
การบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
- ณิชา สืบสุข,วรรณารณ แสงมณี และณัฐฤดี โรจน์นิตฤตกุล.
(2558). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ
กระบวนการตัดสินใจใช้บริการคลินิก
กายภาพบำบัดของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานคร.วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม,
2,659 – 665.
- ธนวัฒน์ นันทสมบูรณ์. (2542). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ
การตัดสินใจของประชาชนต่อการใช้บริการ
ทางการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ใน
จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

- ไพศาล พินทิสืบ, ช่อทิพย์ บรมธนรัตน์ และวรางคณา
จันทร์คง. (2555).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้
บริการสุขภาพของผู้ประกันตนที่ใช้สิทธิ
ประกันสังคมในสถานพยาบาลจังหวัด
ลำปาง. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับ
บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
ครั้งที่ 2.
- ภักจิรา ปิตผล และอิทธิกร ขำเดช. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรม
กายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพ-
มหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด
ตลาด และการบริหารธุรกิจ, 3,413 –430.
- วัชรกร กุขโร (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล ในจังหวัด
ร้อยเอ็ด. (การศึกษาปัญหาพิเศษ ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหาร
การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร.ธีระฟิล์ม
และไซเทกซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ.
บริษัทธรรมสารจำกัด.
- Kolter, P. (2000). Marketing Management.
Newjersy. PrenticeHall.