

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่

พ.ศ. 2561



นางสาวอังคณา จันทร์ผลดี
ผู้วิจัย

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

จุล ธนศรีวินิชชัย,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาสารนิพนธ์ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้ ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ บุญยิ่ง คงอาษาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ของนักศึกษามหาบัณฑิต สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือและตรวจแก้ไขงานสารนิพนธ์นี้มาตลอด และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ทุกท่านที่ได้สละเวลาในการให้ความรู้ และคำแนะนำในการทำสารนิพนธ์นี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือและสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจมาตลอด ทำให้งานสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการทำการตลาดธุรกิจกายภาพบำบัด เพื่อตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างดี หากมีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

อังคณา จันทร์ผลดี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร
FACTORS INFLUENCING VISITING DECISION TOWARDS PHYSICAL THERAPY
FOR ELDERLY CONSUMERS IN BANGKOK

อังคณา จันทร์ผลดี 5950307

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., จุล ชนศรีวินิชชัย, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกายภาพบำบัดของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 25 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเข้ารับบริการกายภาพบำบัด 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการรับบริการกายภาพบำบัดเฉลี่ย 1,206.4 บาท ต่อครั้ง จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ (นักกายภาพบำบัด) มากที่สุด รองลงมาคือ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ การศึกษา และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดในรูปแบบที่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดอันดับแรก ที่ทุกกลุ่มประชากรศาสตร์มีความคิดเห็นตรงกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ หรือคุณภาพการรักษาของนักกายภาพบำบัด

คำสำคัญ: กายภาพบำบัด/ การตัดสินใจใช้บริการ/ ผู้สูงอายุ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามในการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
1.4 สมมติฐานของงานวิจัย	3
1.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	4
1.7 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.8 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ	6
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจประเภทบริการ (Marketing Mix 7Ps)	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	11
3.1 ขั้นตอนในการศึกษา	11
3.2 ประชากรและการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	12
3.2.1 ประชากร	12
3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	12
3.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data)	13
3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data)	14
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการวิจัย	15
4.1 การนำเสนอข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ ของงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร	15
4.2 การนำเสนอข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร	16
4.2.1 เพศ	16
4.2.2 ระดับการศึกษา	17
4.2.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
4.3 การนำเสนอข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด ของงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร	18
4.3.1 ความถี่ในการเข้าใช้บริการกายภาพบำบัด	18
4.3.2 ช่วงเวลาที่เข้าไปใช้บริการกายภาพบำบัด	19
4.3.3 การชำระค่าบริการ	19
4.3.4 ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัด	19
4.3.5 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่รับบริการกายภาพบำบัด	20
4.3.6 ประสบการณ์ในการใช้บริการกายภาพบำบัด	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 การนำเสนอข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร	21
บทที่ 5 สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ	24
5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	24
5.1.1 ด้านประชากรศาสตร์	24
5.1.2 ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด	25
5.1.3 ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps	25
5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	26
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	26
บรรณานุกรม	27
ภาคผนวก	28
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	29
ประวัติผู้วิจัย	34

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงสัดส่วนข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	15
4.2	แสดงสัดส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง	21



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร”	3
2.1 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ของ Philip Kotler	7
3.1 แสดงขั้นตอนในการศึกษางานวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร”	11



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติในปี 2558 ประชากรไทยมีจำนวน 65.1 ล้านคน พบว่าเป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป 11 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16 ของประชากรทั้งหมด คาดการณ์ว่าในปี 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ คือมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมดและคาดว่าจะเป็ นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด ในปี 2578 (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2559) ผู้สูงอายุในทุกวันนี้มีอายุยืนยาวขึ้น จากการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ จึงทำให้อัตราการเสียชีวิตลดลง เมื่อผู้สูงอายุเหล่านั้นมีอายุยืนยาวขึ้น ปัญหาที่ตามมาก็คือ การดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจให้มีชีวิต อยู่อย่างมีคุณภาพ โดยไม่ต้องพึ่งพิงผู้อื่นได้ จากจำนวนกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทยที่เพิ่มมากขึ้นอีกทั้ง ยังมีอายุที่ยืนยาวขึ้น

จากการสำรวจเรื่องสุขภาพของผู้สูงอายุในประเทศไทยพบว่า ปัญหาส่วนใหญ่ของ ผู้สูงอายุ คือ ปัญหาสุขภาพที่ไม่แข็งแรงเหมือนก่อน และต้องเผชิญกับโรคต่างๆ เช่น ปวดหลัง ข้อต่อ เสื่อม อัมพาต อัมพฤกษ์ เป็นต้น (มนัทสน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคม, 2556) โดยโรคที่กล่าวมานั้น อาจจะมีมากกว่า 1 โรค ในคน 1 คน ดังนั้น จึงต้องอาศัยบุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ พยาบาล นักจิตวิทยา นักกายภาพบำบัด และวิชาชีพอื่นๆ อีกมากมายที่เข้ามาช่วยดูแลเพื่อให้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้การทำกายภาพบำบัดก็เป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้การทำงานของร่างกายดีขึ้น ทำให้เกิดการบาดเจ็บของร่างกายลดลง อัตราการเกิดโรคต่าง ๆ ลดลงมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ธุรกิจบริการ สุขภาพด้านกายภาพบำบัดจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการดูแลผู้สูงอายุ ทั้งในด้านการป้องกันการ ส่งเสริม การรักษา และการฟื้นฟู เพื่อช่วยผู้สูงอายุที่ป่วยติดเตียง กลายเป็นผู้สูงอายุติดบ้าน และ จากผู้สูงอายุติดบ้าน เป็นติดสังคม ติดชุมชน ให้ออกมาทำกิจกรรมได้ดีขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

วิธีทางกายภาพบำบัดมีหลายประเภทด้วยกัน ซึ่งปัจจุบันนี้งานทางด้านกายภาพบำบัด สามารถแบ่งออกเป็นสาขางานต่างๆ ดังนี้

กายภาพบำบัดด้านระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ เช่น ผู้ที่มีปัญหากระดูกหัก บริเวณข้อต่อติด เคลื่อนไหวร่างกายได้ไม่สะดวก มีการปวดที่มีสาเหตุจากความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ การบาดเจ็บจากการทำงานและออกกำลังกายที่ไม่เหมาะสม

กายภาพบำบัดด้านระบบประสาท เช่น ผู้ที่มีปัญหาในการเดิน การเคลื่อนไหวหรือผู้ที่มีปัญหาจากการช่วยเหลือตนเองในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีสาเหตุจากความผิดปกติของระบบประสาท เช่น อัมพาต โรคหลอดเลือดสมอง โรคพาร์กินสัน รวมถึงผู้ที่ประสบอุบัติเหตุทำให้สมองหรือไขสันหลัง ได้รับบาดเจ็บต้องได้รับการรักษาทางกายภาพบำบัด

กายภาพบำบัดด้านระบบทรวงอก (ปอดและหัวใจ) ผู้ที่มีปัญหาในการหายใจหรือการทำงานของหัวใจ เช่น โรคปอดที่มีเสมหะคั่งค้างหรือเกิดการติดเชื้อ โรคหัวใจ เป็นต้น

วิธีต่างๆ ข้างต้น เป็นวิธีทางกายภาพบำบัดที่ใช้บำบัดในกลุ่มผู้สูงอายุ การพิจารณาโอกาสทางการตลาดในกลุ่มผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจสุขภาพและการชะลอวัย จะเห็นได้ว่าโอกาสทางการตลาดของธุรกิจบริการสุขภาพด้านกายภาพบำบัดสำหรับผู้สูงอายุ มีความน่าสนใจและมีโอกาสในการเติบโตในอนาคตได้อีกมาก ผู้วิจัยจึงต้องการเข้าใจในพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นต้น จึงเป็นที่มาของงานวิจัยฉบับนี้

1.2 คำถามในการวิจัย

1. ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดอย่างไร
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดอย่างไร
3. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดของผู้สูงอายุอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดในผู้สูงอายุ

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด

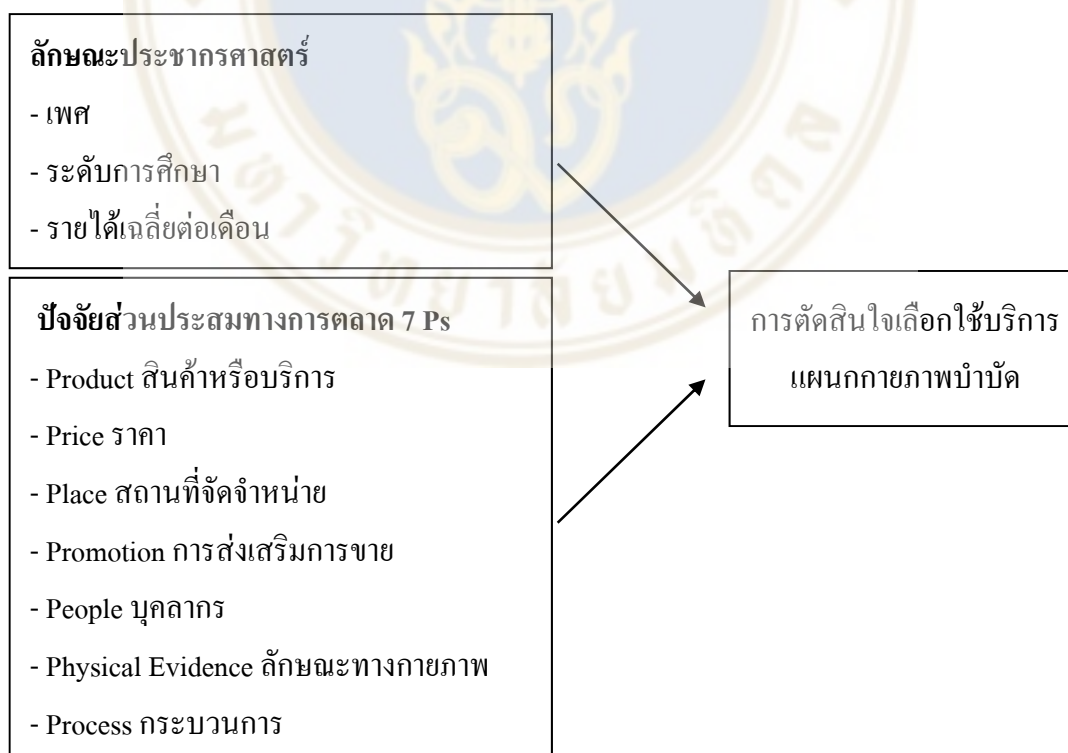
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของผู้สูงอายุ

1.4 สมมติฐานของงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร”

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยคาดว่าประโยชน์ที่จะได้รับมี ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ำกลุ่มผู้สูงอายุที่มีต่อการให้บริการ ราคา สถานที่ และคุณภาพการรักษาของงานกายภาพบำบัด
2. เพื่อนำผลที่ได้จากงานวิจัยมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อใช้ข้อมูลจากงานวิจัยประกอบการกำหนดทิศทางของธุรกิจให้สอดคล้องกับโอกาสทางการตลาดปัจจุบัน

1.7 ขอบเขตของงานวิจัย

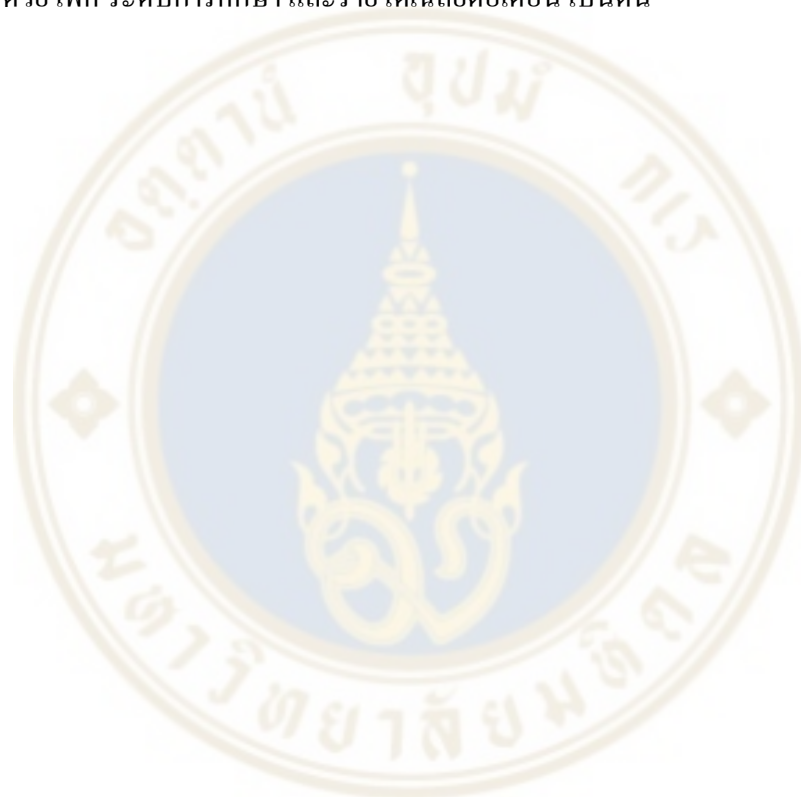
ขอบเขตเนื้อหาของงานวิจัยนี้ คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และลักษณะความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ กับการตัดสินใจไปใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภครุ่นอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน ที่เคยใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด ศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้ระยะเวลาที่ใช้เก็บข้อมูล 30 วัน

1.8 นิยามศัพท์

1. ผู้สูงอายุ คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปและได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็น 3 ระดับ ได้แก่
 - ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ
 - ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศหรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ
 - ระดับสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ

2. กายภาพบำบัด คือ การกระทำในการช่วยเหลือผู้ป่วยเพื่อบำบัด ป้องกัน แก้ไข และฟื้นฟูการเสื่อมสมรรถภาพ หรือความพิการของร่างกาย หรือจิตใจ ด้วยวิธีการทางกายภาพบำบัด ซึ่งได้แก่ การตัด การดึง การประคบ การนวด การบริหารร่างกาย หรืออวัยวะส่วนหนึ่งส่วนใดของผู้ป่วย ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการกระทำด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังกล่าว ตามหลักวิทยาศาสตร์ หรือการกระทำอื่นที่รัฐมนตรีประกาศเป็นวิธีการทางกายภาพบำบัด หรือการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ตามหลักวิทยาศาสตร์ที่รัฐมนตรีประกาศเป็นเครื่องมือกายภาพบำบัด (พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ, 2542)

3. บัณฑิตประชากรศาสตร์ คือ ความหลากหลายทางด้านภูมิหลังของบุคคล ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อ เป็นประโยชน์ในการวิจัยต่อกระบวนการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ

Philip Kotler ได้คิดค้นทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อขึ้นในปี พ.ศ.2552 กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ คือ ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ประกอบ ไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

2.1.1.1 ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) กระบวนการตัดสินใจซื้อจะเริ่มจากผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการที่ถูกกระตุ้นจาก สิ่งเร้าภายใน (Internal stimuli) เช่น ความรู้สึกหิว หรือสิ่งเร้าภายนอก (External Stimuli) เช่น การมองเห็น นักการตลาดต้องหาสิ่งกระตุ้นเหล่านั้นจากข้อมูลของผู้บริโภค เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคนั้นสนใจและ นำไปสู่ขั้นตอนต่อไปได้

2.1.1.2 ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information search) ผู้บริโภคมักจะ ค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูลของผู้บริโภคนั้น จัดได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

- แหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็น ตัวบุคคล เช่น บุคคลในครอบครัว เพื่อน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว ซึ่งเป็น ข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุด
- แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ จากจุดขายสินค้า พนักงานขาย บริษัท หรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย
- แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ จากสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคมักจะได้รับข้อมูลจากแหล่งนี้มากที่สุด

- ประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search)

จากการลองสัมผัส ตรวจสอบ การทดลองใช้เอง

2.1.1.3 ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives)

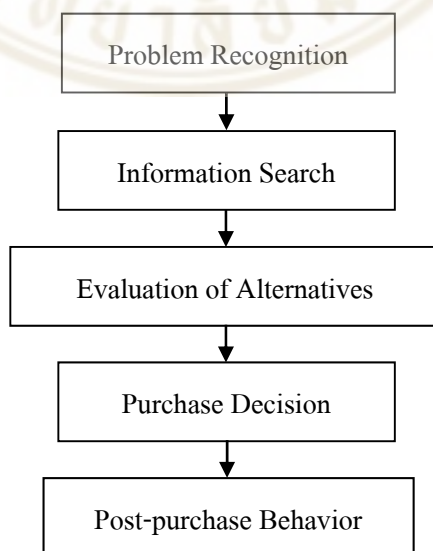
เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลมาแล้วก็จะนำมาประกอบการพิจารณา การประเมินทางเลือกของผู้บริโภคนั้น มีหลากหลายรูปแบบ โดยรูปแบบพื้นฐานจะเริ่มจากผู้บริโภคต้องการที่จะตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ หลังจากนั้นผู้บริโภคจะพยายามมองหาประโยชน์จากสินค้าหรือบริการที่จะมาตอบสนองความต้องการ

2.1.1.4 ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) โดยทั่วไปแล้ว

ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ตนเองชอบมากที่สุด แต่มีปัจจัยอื่นๆ ที่สามารถแทรกแซงการตัดสินใจได้ คือ ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of others) สามารถเปลี่ยนแปลงความตั้งใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ และปัจจัยสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง (Unanticipated situational factors) เช่น เมื่อผู้บริโภคเจอสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง เช่น รายได้ลดลง อาจทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ คือ เลือกใช้ของที่มีความจำเป็นเท่านั้น

2.1.1.5 ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase behavior)

ผู้บริโภคจะประเมินว่า สินค้าและบริการที่ตนเลือกสามารถทำหน้าที่ได้ตามที่ตนเองคาดหวังหรือไม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจกับความพอใจของผู้บริโภค ผลที่ได้ในขั้นนี้อาจเป็นได้ทั้งความพอใจ (Satisfaction) และความไม่พอใจ (Dissatisfaction) โดยถ้าหากผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้าที่ซื้อไปใช้ ก็อาจมีการพัฒนาเกิดความซื่อสัตย์ในตราหือ (Brand Loyalty) รวมทั้งการบอกต่อทั้งในแง่บวก แต่ถ้าผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจ อาจจะบอกต่อในแง่ลบแก่ผลิตภัณฑ์นั้นได้เช่นกัน



ภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ของ Philip Kotler

2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจประเภทบริการ (Marketing Mix 7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ของ Philip Kotler เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ต่อยอดมาจาก 4Ps ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ดังนี้

2.1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ผู้ขายต้องการมอบให้ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2.1.2.2 ด้านราคา (Price) ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการที่ได้รับกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน

2.1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการ เช่น ท่าที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

2.1.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารกับผู้มาใช้บริการ คือ แจกข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ

2.1.2.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดีให้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้น พนักงานจึงต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อผู้มาใช้บริการได้ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

2.1.2.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว ดังตารางที่ 4.2 แสดงสัดส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

2.1.2.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในธุรกิจสปาและสุขภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความหลากหลาย ดังนี้

สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานครจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 30ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สิทธิในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลเอกชนโดยการใช้สิทธิประกันกลุ่ม/สวัสดิการพนักงาน พบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยด้านคุณภาพการบริการจากบุคลากรทางการแพทย์ และการประกันสุขภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อรวรรณ สระทองมา (2557) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงาม ในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ปี รายได้ 20,001 – 40,000 บาท และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และพบว่าคุณสมบัติด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการสปา

นอกจากนี้ ภัคจิรา ปิติผล และอิทธิกร จำเริญ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกกายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้บริการกันยาคคลินิกกายภาพบำบัดเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 20,001-30,000 บาทพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของคลินิกกายภาพบำบัด ปัจจัยด้านราคาคือการคิดราคาเป็นรายครั้ง ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดคือการให้ส่วนลดค่าใช้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรคือ บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ การให้บริการมีความรวดเร็ว ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพคือสถานที่มีความสะอาดและถูก นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของงานวิจัยมีอายุต่ำกว่า 40 ปี กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือคุณภาพการรักษา และการบริการมากที่สุด และในกลุ่มที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันก็มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน

งานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศไทย พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงวัยเดียวกัน ซึ่งเป็นกลุ่มอายุที่มีประสบการณ์ชีวิตสูงจึงมีทัศนคติในการเลือกซื้อสินค้าที่คล้ายคลึงกัน ดังงานวิจัยต่อไปนี้

เยาวภา ปฐมศิริกุล, โชติรัส ชวนิชย์, เร็ม ไสแจ่ม และ รัฐพล สันสน(2560) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อและโอกาสการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าและรองเท้าของผู้สูงอายุ 50 ปี ขึ้นไป ในประเทศไทย จำนวน 580 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าและรองเท้าจากคุณสมบัติหลักของสินค้า เช่น สวมใส่สบาย เก็บรักษาง่ายและออกแบบทันสมัย และไม่ได้เจาะจงแบรนด์ นอกจากนี้ยังพบว่าคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ การศึกษา รายได้ มีผลต่อโอกาสในการอิทธิพลต่อโอกาสในการซื้อสินค้ากลุ่มนี้

ชนาธิป ผลววรรณ และจิรวรรณ ดีประเสริฐอายุ (2556) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่ร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 48-52ปี จำนวน 158 คน มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าด้านราคาปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์คือ เรื่องคุณภาพ รองลงมาคือเรื่องราคา

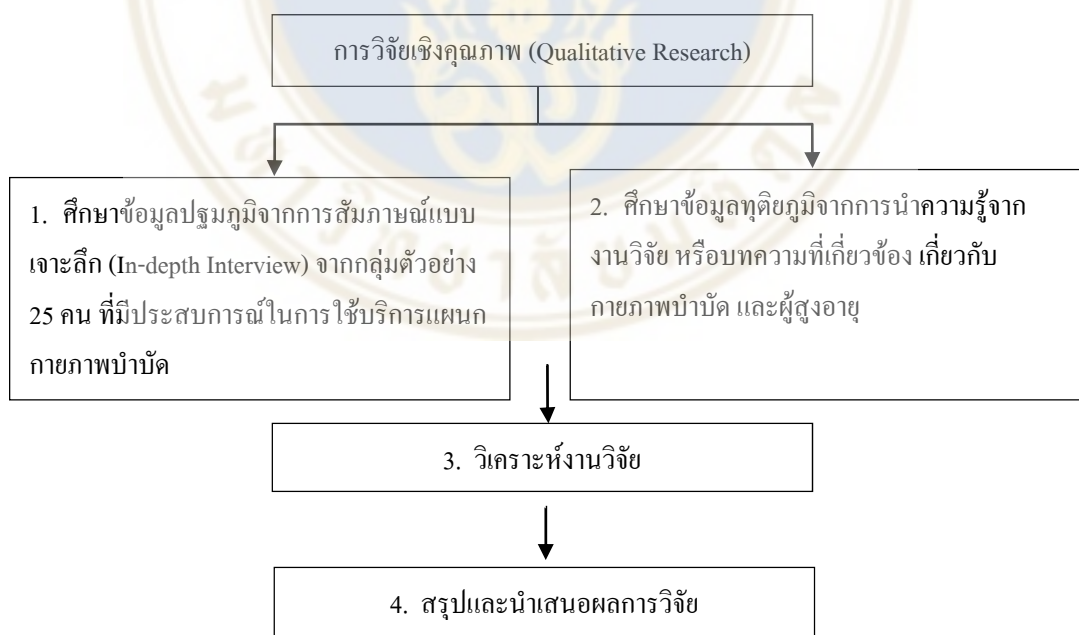
จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาและสุขภาพในประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี และพบว่าคุณสมบัติด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เมื่อศึกษางานวิจัยในกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยจะให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มากที่สุด แต่ยังไม่มียานวิจัยใดที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาและสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นนักกายภาพบำบัด จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด จึงนำมาสู่งานวิจัยฉบับนี้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้านการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการในกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อตรวจสอบสมมติฐานจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาข้อมูลเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขั้นตอนในการศึกษา



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนในการศึกษางานวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร”

3.2 ประชากรและการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ขอบเขตของประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชาย และหญิงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จากสถิติพบว่าปี 2558 มีประชากรไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปรวม 11 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16 ของประชากรทั้งหมดในประเทศไทย

3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการสุ่มเลือกตัวอย่างบางส่วนของกลุ่มประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่ผู้วิจัยต้องศึกษา ดังนั้นจึงกำหนดให้เก็บตัวอย่างข้อมูล จำนวน 25 คน จากผู้ที่เคยใช้บริการกายภาพบำบัดเพื่อทำวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยครั้งนี้จะมุ่งศึกษาประชากรกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเคยใช้บริการกายภาพบำบัด ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารวบรวมข้อมูลการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์โดยพิจารณาจากกรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้างานวิจัย และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของกรอบแนวความคิด โดยคำถามในการทำวิจัยเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-End Question) เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของบุคคลที่กรอกแบบข้อคำถาม ลักษณะของคำถามในส่วนที่ 1 นั้นจะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 รูปแบบพฤติกรรม การตัดสินใจของผู้ใช้บริการกายภาพบำบัด คำถามในส่วนที่ 2 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการกายภาพบำบัด ดังนี้

1. ช่วงเวลาในการไปใช้บริการกายภาพบำบัด
2. ความถี่ในการใช้บริการกายภาพบำบัดต่อสัปดาห์
3. การชำระค่าบริการในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัด
4. ค่าบริการกายภาพบำบัดต่อครั้งที่จ่ายไป
5. ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานกายภาพบำบัด
6. ปัจจุบันท่านทำกายภาพบำบัดที่ใด เพราะเหตุใดจึงเลือกที่นี่
7. ท่านคิดว่าสถานที่ที่ท่านเลือกทำกายภาพบำบัดปัจจุบันนี้คืออะไร
8. ท่านคิดว่าสถานที่ที่ท่านเลือกทำกายภาพบำบัดปัจจุบันนี้มีข้อเสียหรือไม่ อย่างไร
9. นอกจากที่นี่แล้วท่านเคยใช้บริการกายภาพบำบัดที่อื่นอีกหรือไม่
10. หากเคยใช้บริการที่อื่นมาก่อน เพราะเหตุใดท่านจึงเปลี่ยนสถานที่ทำกายภาพบำบัด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสินค้าหรือบริการ
2. ปัจจัยด้านราคา
3. ปัจจัยด้านสถานที่
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย
5. ปัจจัยด้านบุคลากร
6. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้ทำวิจัยได้ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการกายภาพบำบัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ถามประสบการณ์ในการใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง 25 คน

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้ทำวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ บทความทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อจากอินเทอร์เน็ตต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด และการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำข้อมูลมาสรุปรวมกัน เพื่อหาความถี่ในการตอบคำถามแต่ละข้อ แล้วจับประเด็นที่สำคัญมาแสดงผล โดยวิธีการบรรยายเชิงพรรณนา

3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยนี้ใช้เวลาในการศึกษา 60 วัน

บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง 25 คน ที่เคยใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด โดยสอบถามถึงพฤติกรรม การเลือกใช้ บริการ และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

4.1 การนำเสนอข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ ของงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ตัวอย่าง พิจารณาจาก 3 องค์ประกอบ คือ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 แสดงสัดส่วนข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
1) เพศ	ชาย	7	28%
	หญิง	18	72%
	รวม	25	100%
2) ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	76%
	ปริญญาตรีขึ้นไป	6	24%
	รวม	25	100%
3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	6	24%
	15,000 – 30,000 บาท	1	4%
	30,001 – 50,000 บาท	4	16%
	มากกว่า 50,000	14	56%
	รวม	25	100%

ลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 25 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 72 เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 28
2. ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 76 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รายได้เฉลี่ย 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ รายได้ 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4

4.2 การนำเสนอข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อสอบถามถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดเรียงจากมากไปน้อย 3 อันดับ ในกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์จากความถี่และการถ่วงน้ำหนักตามลำดับที่เลือกจากมากไปน้อย (ให้ค่าถ่วงน้ำหนัก อันดับที่ 1 เท่ากับ 3 คะแนน อันดับที่ 2 เท่ากับ 2 คะแนน อันดับที่ 3 เท่ากับ 1 คะแนน) ได้ผลการวิจัย ดังนี้

4.2.1 เพศ

แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ เพศชาย และเพศหญิง

4.2.1.1 เพศหญิง

อันดับ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 43.5

อันดับ 2 ปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 14.8

อันดับ 3 ปัจจัยด้านสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 12.0

อันดับ 4 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 11.1

อันดับ 5 ปัจจัยด้านราคา และลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเท่ากัน คิดเป็น

ร้อยละ 9.3

อันดับ 6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 0

4.2.1.2 เพศชาย

อันดับ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 38.1

อันดับ 2 ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 28.57

อันดับ 3 ปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 14.3

อันดับ 4 ปัจจัยด้านสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 9.5

อันดับ 5 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.8

อันดับ 6 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และการส่งเสริมการขาย คิดเป็น

ร้อยละ 2.4

4.2.2 ระดับการศึกษา

แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาตรีขึ้นไป

4.2.2.1 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

อันดับ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 43.3

อันดับ 2 ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 16.7

อันดับ 3 ปัจจัยด้านสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 13.3

อันดับ 4 ปัจจัยด้านบุคลากรและลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 10.0

อันดับ 5 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 6.67

อันดับ 6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 0.0

4.2.2.2 ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

อันดับ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 43.7

อันดับ 2 ปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 15.8

อันดับ 3 ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 14.2

อันดับ 4 ปัจจัยด้านสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 10.8

อันดับ 5 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.17

อันดับ 6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 7.5

อันดับ 7 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 0.8

4.2.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 50,000 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป

4.2.3.1 รายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท

อันดับ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 40.9

อันดับ 2 ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 16.7

อันดับ 3 ปัจจัยด้านบุคลากร และสถานที่ มีคะแนนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.6

อันดับ 4 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.1

อันดับ 6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 6.1

อันดับ 6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 0.0

4.2.3.2 รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป

อันดับ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 42.9

อันดับ 2 ปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 15.5

อันดับ 3 ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 13.1

อันดับ 4 ปัจจัยด้านสถานที่ และลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 9.5

อันดับ 5 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 8.3

อันดับ 6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 1.2

4.3 การนำเสนอข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด ของงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3.1 ความถี่ในการเข้าใช้บริการกายภาพบำบัด

เมื่อสอบถามถึงความถี่ในการเข้าใช้บริการกายภาพบำบัดต่อสัปดาห์ โดยวิเคราะห์จากความถี่ของคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

อันดับ 1 กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 19 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 2 กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการ 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 3 กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการ 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

4.3.2 ช่วงเวลาที่เข้าไปใช้บริการกายภาพบำบัด

เมื่อสอบถามถึงช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้บริการกายภาพบำบัด โดยวิเคราะห์จากความถี่ของคำตอบของกลุ่มตัวอย่างได้ผลการวิจัย ดังนี้

อันดับ 1 กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้บริการช่วงบ่าย (12.01 – 15.00 น.) จำนวน 11 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 2 กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้บริการช่วงสาย (09.01 – 12.00 น.) จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 3 กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้บริการช่วงเย็น (15.01 – 18.00 น.) จำนวน 4 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 4 กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้บริการช่วงเช้า (06.00 - 09.00 น.) จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

4.3.3 การชำระค่าบริการ

เมื่อสอบถามถึงการชำระค่าบริการในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์จากความถี่ของคำตอบของกลุ่มตัวอย่างได้ผลการวิจัย ดังนี้

อันดับ 1 กลุ่มตัวอย่างชำระค่าบริการด้วยตนเอง จำนวน 12 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 2 กลุ่มตัวอย่างชำระค่าบริการโดยใช้สวัสดิการพนักงาน จำนวน 8 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 3 กลุ่มตัวอย่างให้บุคคลในครอบครัวชำระค่าบริการให้ จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 4 กลุ่มตัวอย่างชำระค่าบริการโดยใช้ประกันสุขภาพ จำนวน 2 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

4.3.4 ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัด

เมื่อสอบถามถึงค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัดต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากค่าเฉลี่ยของคำตอบของกลุ่มตัวอย่างได้ผลการวิจัย ดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัดเฉลี่ยต่อครั้ง ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 1,206.4 บาท

4.3.5 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่รับบริการกายภาพบำบัด

เมื่อสอบถามถึงผู้ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัด โดยวิเคราะห์จากความถี่ของคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

อันดับ 1 กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกสถานที่ในการรับบริการกายภาพบำบัดด้วยตนเอง จำนวน 16 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 2 ครอบครัว มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการรับบริการกายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 3 เพื่อน มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการรับบริการกายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

อันดับ 4 บุคคลอื่นๆ มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการรับบริการกายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง

4.3.6 ประสพการณ์ในการใช้บริการกายภาพบำบัด

เมื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างว่าเคยใช้บริการกายภาพบำบัดที่อื่นมาก่อนหรือไม่ และเพราะเหตุใดจึงเปลี่ยนสถานที่เข้ารับบริการกายภาพบำบัด โดยวิเคราะห์จากความถี่ของคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง ไม่เคยเปลี่ยนสถานที่ในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัด

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 ตัวอย่าง จาก 25 ตัวอย่าง เคยเปลี่ยนสถานที่ในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัด โดยให้สาเหตุในการเปลี่ยนสถานที่รับบริการ ดังนี้

- ต้องการคุณภาพในการรักษาที่ดีกว่าเดิม
- ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ
- ไม่สามารถเข้าไปรับบริการได้ในเวลาที่ตนสะดวก
- ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการ
- ต้องการการบริการที่ดีกว่า

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเดียวกันให้เหตุผลความประทับใจในการใช้บริการกายภาพบำบัดหลังจากเปลี่ยนสถานที่รับบริการ ดังนี้

- รักษาแล้วอาการดีขึ้น
- การบริการที่ดีของผู้ให้บริการ
- สภาพแวดล้อมในแผนกกายภาพบำบัด
- การเดินทางที่สะดวกในการเข้ารับบริการ

- ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการ
- สามารถนัดหมายได้ในเวลาที่ตนต้องการ

4.4 การนำเสนอข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด ของงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อสอบถามถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด (ตอบได้มากกว่า 1 อย่าง) โดยวิเคราะห์จากความถี่ของคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงสัดส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกายภาพบำบัดของกลุ่มตัวอย่าง

คำตอบ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	24	96
ด้านลักษณะทางกายภาพ	21	84
ด้านกระบวนการให้บริการ	17	68
ด้านบุคลากร	16	64
ด้านราคาค่าบริการ	15	60
ด้านสถานที่	15	60
ด้านการส่งเสริมการขาย	7	28

แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด จากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 24 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 96 ด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 21 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 84 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68 ปัจจัยด้านบุคลากร จำนวน 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64 ปัจจัยด้านราคาค่าบริการและปัจจัยด้านสถานที่ มีจำนวนตัวอย่างที่เท่ากัน คือ 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 60 ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย จำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28

เมื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ในแต่ละปัจจัยย่อยๆ ว่าควรจะต้องมีลักษณะอย่างไรได้ผล ดังนี้

1. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลิตภัณฑ์ (นักกายภาพบำบัด) โดยวิเคราะห์จากคำที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- รักษาแล้วอาการดีขึ้น
- นักกายภาพบำบัดเอาใจใส่ ใจเย็นกับผู้มารับบริการ
- เครื่องมือที่ใช้ต้องทันสมัย
- นักกายภาพบำบัดให้คำแนะนำวิชาการได้ดี

2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะทางกายภาพ โดยวิเคราะห์จากคำที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- สถานที่ต้องสะอาด ไม่มีกลิ่นรบกวน
- พื้นที่รองรับบริการมีความสะดวกสบาย เช่น เก้าอี้
- บรรยากาศดี ฟ่อนคลาย เช่น การตกแต่ง เสียงเพลง

3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อกระบวนการให้บริการ โดยวิเคราะห์จากคำที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- นัดหมายเวลาได้ตามที่ผู้มารับบริการสะดวก
- ไม่ต้องรอรับบริการนาน

4. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อบุคลากร โดยวิเคราะห์จากคำที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- บุคลากรไม่เลือกปฏิบัติ
- บุคลากรมีมารยาทและการพูดจาเรียบร้อย
- บุคลากรมีการถามไถ่ ดูแลเอาใจใส่ผู้มารับบริการ

5. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อราคาค่าบริการ โดยวิเคราะห์จากคำที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- ค่าบริการสอดคล้องกับคุณภาพการรักษาที่ได้รับ
- ค่าบริการสอดคล้องกับระยะเวลาในการให้บริการ

6. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อสถานที่ให้บริการ โดยวิเคราะห์จากคำที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- ไม่ไกลจากที่พักอาศัย
- มีที่จอดรถเพียงพอ
- เดินทางสะดวกด้วยรถยนต์

7. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการส่งเสริมการขาย โดยวิเคราะห์จากคำที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- มีส่วนลดในการให้บริการ เช่น ส่วนลดจากบัตรเครดิต
- สามารถใช้สิทธิเบิกประกัน หรือสวัสดิการพนักงานได้



บทที่ 5

สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าจากวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการทำวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 25 คน ที่เคยใช้บริการกายภาพบำบัด

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดในกลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจกายภาพบำบัด ในประเทศไทย รวมทั้งทำให้สามารถเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการกายภาพบำบัดเพื่อที่จะได้ตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้สรุปผลงานวิจัยรวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆไว้ ดังนี้

5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

5.1.1 ด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้สรุปได้ ดังนี้

5.1.1.1 อายุ 60 ปีขึ้นไป

5.1.1.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

5.1.1.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

5.1.1.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในผู้สูงอายุ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เยาวภา ปฐมศิริกุล, โชติรัส ชวนิชย์ และรัฐพล สันสน (2560) ที่พบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในผู้สูงอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า

5.1.2 ด้านพฤติกรรม การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด

จากผลการศึกษา ด้านพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการกายภาพบำบัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัดด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยช่วงเวลาที่เข้าไปใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ช่วงบ่าย (12.01 – 15.00 น.) ซึ่งยอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 1,206.4 บาท ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการกายภาพบำบัดด้วยตนเอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการกายภาพบำบัดมากกว่า 1 แห่ง โดยให้เหตุผลในการเปลี่ยนสถานที่ให้บริการกายภาพบำบัดว่า ต้องการคุณภาพในการรักษาที่ดีขึ้น รวมถึงความสะดวกในด้านการเดินทาง และช่วงเวลาที่เข้ามารับบริการ พบว่าจากประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจหลังเปลี่ยนสถานที่ทำกายภาพบำบัด สาเหตุส่วนใหญ่เพราะ รักษาแล้วอาการดีขึ้น ได้รับการบริการที่ดี และประทับใจสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ให้บริการ

5.1.3 ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps

จากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก คือ รักษาแล้วอาการดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนาธิป ผลารวรรณ และ จิรวรรณ ดีประเสริฐอายุ (2556) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเบบี๋มเมอร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าด้านราคา และงานวิจัยของภักจจิรา ปิติผล และ อธิธิกร ขำเดช (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัด ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคลินิกมีความน่าเชื่อถือ/ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางด้านกายภาพ คือ ต้องมีพื้นที่ที่สะอาด ได้รับความสะดวกสบาย รู้สึกผ่อนคลาย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ ได้รับการบริการรวดเร็ว สามารถนัดหมายเวลาที่ต้องการ ด้านบุคลากร คือ มีใจยินดีให้บริการ ปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ด้านราคาควรสอดคล้องกับคุณภาพ และระยะเวลาในการรักษา ด้านสถานที่ให้บริการ คือ ไม่ไกลจากที่พัก และต้องเดินทางได้สะดวกสุดท้าย ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด สวัสดิการ การเบิกจ่าย เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครของสิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556) พบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน

จากการศึกษาปัจจัยด้านการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคลินิกที่มีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ดังนั้นผู้ประกอบการควรรักษาคุณภาพมาตรฐานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อมัดใจลูกค้ามาใช้บริการกายภาพบำบัดครั้งต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยประกอบในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ดังนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนจึงมีความสำคัญเพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การรักษาของนักกายภาพบำบัด เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรรักษาคุณภาพในการรักษาของนักกายภาพบำบัดให้ได้มาตรฐาน เช่น ประเมินความสามารถและจัดอบรมวิชาการแก่นักกายภาพบำบัดเพื่อที่จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาใช้บริการ

การตั้งราคาค่าบริการกายภาพบำบัดควรสอดคล้องกับระยะเวลาในการให้บริการและคุณภาพการรักษาที่ให้ ถ้าคุณภาพการรักษาดีอย่างไรลูกค้าก็ยินดีที่จะจ่ายค่าบริการ

บุคลากรอื่นๆ ในแผนก เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเข้ารับบริการกายภาพบำบัด จึงควรมีการอบรมบุคคลากรในเรื่องการบริการลูกค้าอย่างเป็นเลิศบรรยากาศภายใน ควรตกแต่งให้รู้สึกผ่อนคลาย เช่น มีภาพวิวประดับผนัง มีเพลงบรรเลงเบาๆ และมีอากาศเย็นสบาย

นอกจากนี้การเดินทางมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกายภาพบำบัด ดังนั้นอาจเพิ่มโอกาสทางธุรกิจโดยการเพิ่มช่องทางการการทำกายภาพในลักษณะ Home service คือ บริการกายภาพบำบัดที่บ้านเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก ซึ่งอาจยังไม่ละเอียดเพียงพอ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็น มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 ตัวอย่าง ผู้ที่สนใจควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวนที่มากขึ้น รวมทั้งควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำเพิ่มมากขึ้น
2. ในการศึกษารุ่นนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ที่สนใจควรศึกษาเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2560). สถิติจำนวนผู้สูงอายุประเทศไทย ปี 2559. กรุงเทพฯ: กรมกิจการผู้สูงอายุ.
- ชนาธิป ผลาวรรณ และ จิรวรรณ ดีประเสริฐอายุ. (2556). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มเบบี๋บูมเมอร์ที่ร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ภัคจิรา ปิติผล และ อธิษกร จำเริญ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกทันตกรรมกายภาพบำบัดของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
- เยาวภา ปฐมศิริกุล, โชติรัศ ชวนิชย์, เริ่ม ไสแจ่ม และรัฐพล สันสน. (2560). พฤติกรรมการซื้อและโอกาสการตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าและรองเท้าของลูกค้าผู้สูงอายุในประเทศไทย. ปรินญาธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- รสรินทร์ เกรย์. (2556). มโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ : มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคมและสุขภาพ. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สภากายภาพบำบัด. (2542). พระราชบัญญัติ การประกอบโรคศิลปะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.
- สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรวรรณ สระทองมา. (2557). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงามในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติสแตมฟอร์ด.



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการกายภาพบำบัด

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัดของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขต กรุงเทพมหานครผู้วิจัย: นักศึกษาปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสอบถามนี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการกายภาพบำบัด เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแผนกกายภาพบำบัด ของกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยแบบสอบถามชุดนี้ จะถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. คำถามทั่วไป
2. พฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อมูลที่ได้รับจะถูกรักษาเก็บไว้เป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบคุณอย่างสูง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อมูลในช่องว่าง และใส่เครื่องหมาย ✓ ใน () ตัวเลือกที่ท่านเลือก

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
2. อายุ
3. เบอร์โทรศัพท์
4. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
5. ระดับการศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> 1. มัธยมปลาย หรือต่ำกว่า	<input type="checkbox"/> 2. อนุปริญญา
<input type="checkbox"/> 3.ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 4. สูงกว่าปริญญาตรี
6. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 15,000 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 30,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 50,000 บาท
7. ท่านไปใช้บริการกายภาพบำบัด ในช่วงเวลาใด

<input type="checkbox"/> 1.เช้า (06.00 - 09.00 น.)			
<input type="checkbox"/> 2.สาย (09.01 – 12.00 น.)			
<input type="checkbox"/> 3.บ่าย (12.01 – 15.00 น.)			
<input type="checkbox"/> 4. เย็น (15.01 – 18.00 น.)			
8. ความถี่ในการใช้บริการกายภาพบำบัดต่อสัปดาห์

<input type="checkbox"/> 1. 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์	<input type="checkbox"/> 2. 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์
<input type="checkbox"/> 3. 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์	
9. 5 .การชำระค่าบริการในการเข้ารับบริการกายภาพบำบัด

<input type="checkbox"/> 1. ชำระเอง	<input type="checkbox"/> 2. คนในครอบครัว
<input type="checkbox"/> 3. ประกันสุขภาพ	<input type="checkbox"/> 4. สวัสดิการพนักงาน
10. ค่าบริการกายภาพบำบัดต่อครั้งที่ท่านจ่ายบาท
11. ผู้มีอิทธิพลต่อท่านมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกสถานกายภาพบำบัด

<input type="checkbox"/> 1. ตัดสินใจด้วยตัวเอง	<input type="checkbox"/> 2. ครอบครัว
<input type="checkbox"/> 3. เพื่อน	<input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกายภาพบำบัด

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อมูลในช่องว่าง

1. ปัจจุบันท่านทำกายภาพบำบัดที่ใด เพราะเหตุใดจึงเลือกที่นี่

.....

2. ท่านคิดว่าสถานที่ที่ท่านเลือกทำกายภาพบำบัดปัจจุบันนี้คืออย่างไร

.....

3. ท่านคิดว่าสถานที่ที่ท่านเลือกทำกายภาพบำบัดปัจจุบันนี้มีชื่อเสียงหรือไม่ อย่างไร

.....

4. นอกจากที่นี่แล้วท่านเคยใช้บริการกายภาพบำบัดที่อื่นอีกหรือไม่

.....

5. หากเคยใช้บริการที่อื่นมาก่อน เพราะเหตุใดท่านจึงเปลี่ยนสถานที่ทำกายภาพบำบัด

.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อมูลในช่องว่าง

ปัจจัยด้านราคา

1. ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณค่าใช้จ่ายในการทำกายภาพบำบัดมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

2. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับการทำกายภาพบำบัดต่อครั้งควรเป็นเท่าไร เพราะอะไร

.....

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

3. ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณภาพในการรักษาทางกายภาพบำบัดมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

4. ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณภาพของเครื่องมือในการทำกายภาพบำบัดมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

ปัจจัยด้านสถานที่

5. ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณความสะดวกสบายในการเดินทางมาทำกายภาพบำบัดมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

6. ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณหากมีการสะสมยอดค่าใช้จ่ายเพื่อใช้เป็นส่วนลดในครั้งถัดๆ ไปนั้น เหมาะสมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

7. ท่านมีความคิดเห็นว่าคุณหากสามารถซื้อแพคเกจทำกายภาพล่วงหน้าเพื่อให้ได้ในราคาที่ถูกลงกว่า ต่อเนื่อง เหมาะสมหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

8. หากมีบริการให้ท่านสามารถผ่อนชำระค่ารักษาในการทำกายภาพบำบัดได้ ท่านสนใจที่จะใช้บริการหรือไม่ เพราะอะไร

.....

9. ท่านมีความคิดเห็นว่าการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

ปัจจัยด้านบุคลากร

10. ท่านมีความคิดเห็นว่าการบริการที่ดีของนักกายภาพบำบัดมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

11. บริการที่ดีของนักกายภาพบำบัดในความหมายของท่าน คืออะไร

.....

12. ท่านมีความคิดเห็นว่าการบริการที่ดีของบุคลากรอื่น ๆ ในแผนกกายภาพบำบัด เช่น ผู้ช่วยนักกายภาพบำบัด มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

13. ท่านมีความคิดเห็นว่าการให้บริการที่รวดเร็วมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

14. ระยะเวลาเท่าไรที่ท่านคิดว่าเหมาะสมต่อการทำกายภาพบำบัดหนึ่งครั้ง

.....

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

15. ท่านมีความคิดเห็นว่าเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในแผนกกายภาพบำบัดมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

16. พื้นที่ในการให้บริการกายภาพบำบัดที่ดีในความหมายของท่านเป็นอย่างไร

.....

