

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	ส่วนประสมการตลาดบริการและคุณภาพการบริการ ของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ชื่อนักศึกษา	จริญญา ภาษิต
รหัสประจำตัว	54B53180304
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เจษฎา ความคั่นเคย
กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ดวงตา สราญรมย์

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2) ศึกษาระดับคุณภาพการบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 3) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ และ 4) เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 480 ราย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ และสุ่มตัวอย่างเป็นระบบ ได้กลุ่มตัวอย่าง 219 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสถิติที่มีอิสระต่อกันแบบสองกลุ่มอิสระต่อกันและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้สถิติเอฟ เมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.54$ , S.D. = 0.50) มีระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ อยู่ในระดับสูงที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ( $\bar{X} = 4.24$ , S.D. = 0.57) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.49) ด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.50) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.51) มีระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ อยู่ในระดับสูง และด้านช่องทางการจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 0.69) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.02$ , S.D. = 0.66) มีระดับความสำคัญส่วนประสมการตลาดบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

2. ระดับคุณภาพการบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ในภาพรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

( $\bar{X} = 4.40$ , S.D. = 0.49) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 0.52) ด้านรู้จักและเข้าใจลูกค้า ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.50) ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.54) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 0.57) อยู่ในระดับสูง ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ พบว่า เพศ ต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ ต่อเดือน และประเภทของผู้ป่วย ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของกายภาพบำบัดและธาราบำบัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการ พบว่า เพศ ต่างกัน ไม่มีผลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน และประเภทของผู้ป่วย ต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยกายภาพบำบัดและธาราบำบัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



GRAD VRU

Independent Study Title	Service Marketing Mix and Service Quality of the Physical Therapy and Hydrotherapy Unit at Faculty of Allied Health Sciences, Thammasat University
Student	Jarinya Phasit
Student ID	54B53180304
Degree	Master of Business Administration
Field of Study	Business Administration
Independent Study Advisor	Assistant Professor Jessada Kwamkhunkoei
Independent Study Co-Advisor	Associate Professor Duangta Saranrom

### ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the level of significance of marketing mix of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University; 2) to study the level of service quality of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University 3) to compared the level of significance of marketing mix of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University personal factors of patients. 4) to compared the level service quality of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University personal factors of patients. The population in this research were those who used the services of the physical therapy and hydrotherapy were 480 people. The sample of this research, which is calculated by Taro Yamane formula, were 219 people. The sampling technique is systematic random sampling. The Research instruments is questionnaire with a reliability of 0.97. Statistical analysis include percentage, mean, standard deviation (S.D.), t-test Independent, one-way ANOVA (F-test). Using the comparison of the method of Scheffe's when the difference.

The findings of this research were:

1. Overall, significance of marketing mix of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University was at high level ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.40), When it was considered in each aspects, the findings showed that people was the highest level ( $\bar{X} = 4.54$ , S.D. = 0.50). Additional findings also showed that the physical evidence presentation ( $\bar{X} = 4.24$ , S.D. = 0.57), product ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.49), process ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.50), price ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.51) were at a high level. place ( $\bar{X} = 3.32$ , S.D. = 0.69) and sales promotion ( $\bar{X} = 3.02$ , S.D. = 0.66) were at a moderate level.

2. Overall, service quality of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University was at high level ( $\bar{X}$  = 4.16, S.D. = 0.44), When it was considered in each aspects, the findings showed that assurance ( $\bar{X}$  = 4.40, S.D. = 0.49) responsiveness ( $\bar{X}$  = 4.22, S.D. = 0.52) empathy ( $\bar{X}$  = 4.19, S.D. = 0.50) reliability ( $\bar{X}$  = 4.14, S.D. = 0.54) and tangibility ( $\bar{X}$  = 3.82, S.D. = 0.57) at a high level, respectively.

3. The comparison of the level of significance of marketing mixed of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University personal factors of patients shown that personal factors such as gender different do not have influence on marketing mix of the physical therapy and hydrotherapy but age, educational level, marital status, monthly income and type of patients have influence on marketing mix of the physical therapy and hydrotherapy at significant level at 0.05.

4. The comparison of the of the physical therapy and hydrotherapy unit at faculty of allied health sciences, Thammasat University, personal factors of patients. showed that personal factors such as gender different do not have influence on service quality of the physical therapy and hydrotherapy but in term of age, educational level, marital status, monthly income and type of patients have influence on service quality of the physical therapy and hydrotherapy at significant level at 0.05.



GRAD VRU