

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวบุปผวรรณ กองมณี

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ณฤมิต	กิมภากรณ์	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์คารารัตน์	บุญเฉลียว	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรชร	มณีสงฆ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลได้จากการใช้แบบสอบถามประชากรตัวอย่างจำนวน 200 คนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยประชากรดังกล่าวมีอายุ 15 ปีขึ้นไปและมารับบริการทันตกรรมภายในเวลา 2 ปีที่ผ่านมา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการทันตกรรม 1 ครั้งหรือมาใช้บริการเป็นครั้งแรกสถานบริการที่ใช้บริการบ่อยมากคือคลินิกเอกชน ใช้บริการเป็นบางครั้งคือโรงพยาบาลของรัฐ และที่ไม่ค่อยนิยมใช้คือโรงพยาบาลของเอกชน ประเภทบริการที่นิยมเป็นอันดับแรกได้แก่ ขูดหินปูน รองลงมาคือ อุดฟัน ตรวจเช็คสุขภาพช่องปาก ถอนฟัน และปรึกษาขอคำแนะนำ ตามลำดับ เวลาที่นิยมในการมารับบริการคือ ช่วงเช้า 8:00-12:00น. และช่วงเย็น 17:00-20:00น. วันในสัปดาห์ที่นิยมในการมารับบริการคือ วันจันทร์ถึงศุกร์ แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบริการทันตกรรมมากเป็นอันดับแรกคือ มีผู้แนะนำ ตามด้วยรู้จักกับทันตแพทย์หรือเจ้าหน้าที่ ป้ายหน้าร้าน แผ่นพับ และนิตยสารตามลำดับ ความพึงพอใจที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจ และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดแต่ละด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่นิยมเปลี่ยนสถานบริการบ่อยนัก และมีความเห็นว่าบริการที่ตนได้รับตรงกับที่คาดหวังไว้ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในการมารับบริการ

ทันตกรรมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพบบ้าง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัญหาที่พบมากเป็นอันดับแรกคือการรอคิวนาน ตามด้วยเวลาที่ให้บริการมีจำกัด และการเดินทางไม่สะดวกที่จอดรถมีน้อย ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าอรรถาศัยไมตรีของทันตแพทย์มีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ตามด้วยการให้คำปรึกษาของทันตแพทย์และผู้ช่วยทันตแพทย์ และบุคลิกและความน่าเชื่อถือของทันตแพทย์ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าความถูกต้องปลอดภัยในกระบวนการรักษามีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ตามด้วยความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลาของทันตแพทย์ และการแจ้งข้อมูลการรักษาและราคาการรักษาที่ชัดเจนตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าความสะอาดของบริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ตามด้วยคุณภาพของวัสดุและยาที่ใช้ และคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าความสะอาดของสถานบริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ตามด้วย สถานบริการเปิดบริการในวันหยุด วันเสาร์ และอาทิตย์ ความสะดวกในการเดินทาง และความสะดวกในการจอดรถตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าการมีบริการตรวจสุขภาพช่องปากและการให้คำแนะนำฟรีมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ตามด้วยการติดตามคนไข้ และการได้รับคำแนะนำจากคนอื่น ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลค่อนข้างปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าอัตราค่าบริการพยาบาลมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก ตามด้วยการมีหลายระดับราคาให้เลือก และการผ่อนชำระค่าบริการเป็นงวดๆตามลำดับ

Independent Study Title	Factors Influencing to the Selection of Dental Services of Customers in Amphur Muang, Chiang Mai Province		
Author	Miss Buppawan Gongmanee		
M.B.A.	Business Administration		
Examining Committee:	Lecturer	Narumon Kimpakorn	Chairman
	Assist. Prof.	Dararatana Boonchaliew	Member
	Assist. Prof.	Orachorn Maneesong	Member

Abstract

The objective of this independent study was to examine factors influencing to the selection of dental service of customers in Amphur Muang, Chiang Mai Province. The data was collected by using structured questionnaire asking 200 samples from a field survey conducted in Amphur Muang, Chiang Mai Province. The target respondents were to be over 15 years old with getting dental services within last 2 years.

According to the study, most respondents have gotten dental services once or the first time. The respondents have often gotten dental services from clinics. They have sometimes got services from public hospitals and a few received services from private hospitals. The most popular dental services that respondents got services were scaling, followed by filling, oral examination, extraction, and consultation, respectively. The most convenient time for respondents getting services were 8:00-12:00 hours and 17:00-20:00 hours. The most convenient day for respondents getting services were Monday to Friday. The most popular source of dental information was people' word of mount suggestions, followed by accustomed with dentists and/or officers, sign board, flyers, and magazines, respectively. The respondents' satisfaction regarding marketing factors in dental services was shown in a satisfied level. When deeply analyzing into details, we found that people factor was the first rank, followed by product, place, process, promotion, and price, respectively. In addition, most respondents seldom changed their service places and believed that previous dental experiences were at their expectation.

Most respondents sometimes faced problems of receiving dental services. Long waiting period was found in the first rank, followed by limited service time, and inconvenient access to service place and limited parking lots.

When considering each marketing factor, most respondents gave the highest score regarding the selection of dental services to people factor, followed by process, product, place, promotion, and price factor, respectively.

People factor has influenced the respondents' making decision at the high level. Considering in more details, we found that dentists' hospitality was the first rank, followed by advises from dentists and officers, and dentists' personality, reliability, and dependability, respectively.

Process has influenced the respondents' making decision at the high level. Considering in more details, we found that respondents ranked accuracy and safety of dental services as the first choice, followed by readiness to service of dentists and equipment, and informed of service process and fee charges, respectively.

Product factor has also influenced the respondents' making decision at the high level. Considering in more details, we found that cleanness of dental services was the first rank, followed by quality of dental material and medicine, and quality of dental machine and apparatus.

Place has influenced the respondents' making decision at the high level. Considering in more details, we found that respondents ranked cleanness of services place as the first choice, followed by open at weekends and holidays, accessibility to service place, and adequate parking lots, respectively.

Promotion has influenced the respondents' making decision at the high level. Considering in more details, we found that respondents ranked free of charge for oral examination and suggestions as the first choice, followed by a following case, and people's word of suggestions, respectively.

Price has influenced to the respondents' making decision at the middle level. Considering in more details, we found that respondents ranked service charges as the first choice, followed by multi-level of services, and installment of service charges, respectively.