

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คนสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (Respondents' Profile)

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นหญิงคิดเป็นร้อยละ 67.0 และชายคิดเป็นร้อยละ 33.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ 31-45 ปีคิดเป็นร้อยละ 30.5 ตามด้วยอายุ 22-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 26.5 อายุ 18-21 ปีคิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุ 46-60 ปีคิดเป็นร้อยละ 12.5 อายุ 15-17 ปีคิดเป็นร้อยละ 9.5 และอายุ 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 6.0 ส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 58.5 สถานะภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 36.5 และหย่าและร้างคิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนใหญ่ร้อยละ 74.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 21.0 อาศัยอยู่อำเภออื่นๆในจังหวัดเชียงใหม่ และร้อยละ 5.0 อาศัยนอกเขตจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาเป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 21.0 รับจ้างคิดเป็นร้อยละ 14.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 13.0 พนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 12.5 นักเรียนคิดเป็นร้อยละ 7.5 พ่อบ้านแม่บ้านคิดเป็นร้อยละ 4.0 ส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือกลุ่มที่ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา (ม.1-ม.6) คิดเป็นร้อยละ 28.5 ประกาศนียบัตรคิดเป็นร้อยละ 22.0 สูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 8.0 และประถมศึกษา (ป.1-ป.6) คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ 3,001-6,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 33.0 ตามด้วยผู้มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 17.5 ผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 17.0 ผู้มีรายได้ 6,001-10,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 15.5 ผู้มีรายได้ 20,001-50,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 12.5 และผู้มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 4.5

2. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม (Preliminary Data Related to Respondents' Dental Services Behavior)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมารับบริการทันตกรรมจำนวน 1 ครั้งหรือมาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือมารับบริการทันตกรรม 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 29.5 มารับบริการทันตกรรม 3-4 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 22.0 มารับบริการทันตกรรมมากกว่า 8 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 7.5 มารับบริการทันตกรรม 5-8 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 6.0

เมื่อพิจารณาตามอายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มารับบริการทันตกรรมต่ำกว่า 2 ครั้งในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะมารับบริการมากขึ้นตามอายุ การศึกษา และรายได้ที่สูงขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่นิยมมารับบริการทันตกรรมจากโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด ซึ่งมีสูงถึงร้อยละ 57.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการทันตกรรมเป็นบางครั้งส่วนใหญ่มารับบริการจากโรงพยาบาลของรัฐมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่นิยมมารับบริการทันตกรรมบ่อยมาก ส่วนใหญ่มารับบริการจากคลินิกเอกชนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 59.0

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่ากลุ่มอายุ 31-45 ปีนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลของรัฐมากที่สุด กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไปนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลเอกชนมากและคลินิกมากที่สุด

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่ากลุ่มรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลของรัฐมากที่สุด กลุ่มนักเรียนนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด และกลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัวนิยมมารับบริการจากคลินิกมากที่สุด

เมื่อพิจารณาตามรายได้ พบว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือนนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลของรัฐมากที่สุด กลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือนนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลเอกชน และคลินิกมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มารับบริการซูดหินปูนเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 51.5 อุดฟันเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 49.0 บริการตรวจเช็คสุขภาพช่องปากเป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 27.5

เมื่อพิจารณาตามเพศและรายได้ พบว่าส่วนใหญ่นิยมมารับบริการอุดฟันและซูดหินปูนมากที่สุด

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่ากลุ่มอายุ 15-21 ปีนิยมมารับบริการอุดฟันมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มอายุมากกว่า 21 ปีนิยมมารับบริการซูดหินปูนมากที่สุด

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่ากลุ่มนักเรียน พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่นิยมมารับบริการอุดฟันมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มอื่นๆนิยมมารับบริการอุดฟันน้อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้า 08:00-12:00 น. และช่วงเย็น 17:00-20:00 น. เป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 44.5 ในแต่ละช่วงเวลา ช่วงบ่าย 13:00-16:00 น. เป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 11.0

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่ากลุ่มนักเรียนส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเย็นเป็นอันดับ 1 นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และรับจ้าง ส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าและเย็นเป็นอันดับ 1 ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าเป็นอันดับ 1

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในวันจันทร์ถึงศุกร์เป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 45.5 ในวันเสาร์เป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 29.5 และในวันอาทิตย์เป็นอันดับ 3 ร้อยละ 25.0

เมื่อพิจารณาตามช่วงเวลาที่มารับบริการพบว่า ในวันจันทร์ถึงศุกร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 53.8 ในวันเสาร์นิยมมารับบริการในช่วงเช้าและช่วงเย็นคิดเป็นร้อยละ 45.0 ในแต่ละช่วงเวลา ในวันอาทิตย์นิยมมารับบริการในช่วงเย็นเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 66.0

เมื่อพิจารณาวันและเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมมารับบริการตามอาชีพพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเย็นวันอาทิตย์เป็นอันดับ 1

ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าวันจันทร์ถึงศุกร์เป็นอันดับ 1 ข้าราชการส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าและบ่ายในวันจันทร์ถึงศุกร์เป็นอันดับ 1 พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท รับจ้างส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าและเย็นในวันจันทร์ถึงศุกร์เป็นอันดับ 1 ในขณะที่นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าและเย็นในวันเสาร์เป็นอันดับ 1

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานบริการทันตกรรมจากคนแนะนำเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 72.5 จากการใช้ชักหรือคุ้นเคยกับหมอหรือเจ้าหน้าที่เป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 43.0 จากป้ายหน้าร้านเป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 28.0

สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ไม่ได้เป็นสื่อหลักในการหาข้อมูลของสถานทันตกรรมเหมือนสินค้าหรือบริการประเภทอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบุคลากรเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 4.10 ผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.94 และสถานบริการเป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 3.93

เมื่อพิจารณาตามเพศ การศึกษา พบว่าทุกกลุ่มมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับ 1
เมื่อพิจารณาตามอายุ อาชีพ รายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัย
ด้านบุคลากรเป็นอันดับ 1

เมื่อพิจารณาตามประเภทสถานบริการ พบว่าทุกกลุ่มส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในปัจจัยด้าน
บุคลากรเป็นอันดับ 1

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจาก โรงพยาบาลของรัฐมากกว่า
โรงพยาบาลเอกชนหรือคลินิกเอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนสถานบริการเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 55.0
เปลี่ยนสถานบริการ 1-2 ครั้งเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 42.5 เปลี่ยนสถานบริการ 3-4 ครั้งเป็นอันดับ
3 คิดเป็นร้อยละ 2.0

เมื่อพิจารณาตามประเภทสถานบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ
โรงพยาบาลของรัฐร้อยละ 98.0 เปลี่ยนแปลงสถานบริการน้อยกว่า 2 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 92.0 เปลี่ยนแปลงสถาน
บริการน้อยกว่า 2 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการคลินิกร้อยละ 97.0 เปลี่ยนแปลงสถานบริการ
น้อยกว่า 2 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการทันตกรรมในระดับตรงกับที่คาดหวัง
เป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 43.5 มีความพึงพอใจในบริการในระดับที่สูงกว่าที่คาดหวังมากเป็นอันดับ
2 คิดเป็นร้อยละ 22.5 มีความพึงพอใจในบริการที่สูงกว่าที่คาดหวังเล็กน้อยเป็นอันดับ 3 คิดเป็น
ร้อยละ 18.0

เมื่อพิจารณาตามอายุ อาชีพ รายได้ ประเภทบริการ ประเภทสถานบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการทันตกรรมในระดับที่คาดหวังเป็นอันดับ 1

ปัญหาหรือความยากลำบากที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบมากเป็นอันดับ 1 มีคะแนน
เฉลี่ย 2.26 ปัญหาเวลาที่ให้บริการมีจำกัดเป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 2.08 ปัญหาการเดินทางไป
สถานบริการไม่สะดวก ที่จอดรถจำกัดเป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 1.96

เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ ประเภทสถานบริการ เขตที่พักอาศัย พบว่า ผู้ตอบ
แบบสอบถามประสบปัญหาหรือความยากลำบากเป็นอันดับ 1

เมื่อพิจารณาตามสถานะภาพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประสบปัญหาหรือความยากลำบากเป็นอันดับ 1

ผลสรุปความแตกต่างและไม่แตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล

สรุปความแตกต่าง

- อายุและระดับการศึกษาแตกต่างกันตามเพศ
- อาชีพและรายได้แตกต่างกันตามระดับการศึกษา
- ช่วงเวลาในการมารับบริการแตกต่างกันตามอาชีพ
- ความนิยมมารับบริการทันตกรรมแตกต่างกันตามอาชีพและระดับรายได้

สรุปความไม่แตกต่าง

- อาชีพและรายได้ไม่แตกต่างกันตามเพศ
- ความนิยมในประเภทบริการไม่แตกต่างกันตามเพศ รายได้ อาชีพ
- จำนวนครั้งมารับบริการไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษาและรายได้ที่สูงขึ้น
- ข้อมูลเกี่ยวกับสถานบริการทันตกรรมไม่แตกต่างกัน
- ความพึงพอใจในบริการไม่แตกต่างกัน
- ปัญหาที่พบไม่แตกต่างกัน

3. ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม (Factors Influencing to the Selection of Dental Services of Customers)

จากข้อมูลที่ได้สามารถสรุปได้ว่า ในบรรดาปัจจัยการตลาดทั้ง 6 ปัจจัยอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (price) สถานบริการ (Place) บุคลากร (People) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการบริการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่

ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 4.46 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการเป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 4.34 ซึ่งอยู่ในระดับคัญมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.06 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านสถานบริการเป็นอันดับ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 3.71 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับ 5 มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับ 6 มีคะแนนเฉลี่ย 3.06 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาปัจจัยผลิตภัณฑ์ย่อยๆ ทั้ง 7 ข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดของบริการเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 4.69 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด คุณภาพของวัสดุและยาที่ใช้เป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 4.39 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ เป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.38 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

เมื่อพิจารณาตามเพศ สถานะภาพ อายุ อาชีพ วุฒิการศึกษา รายได้ พบว่าทุกกลุ่มให้ความสำคัญต่อความสะอาดของบริการเป็นอันดับ 1 ในระดับสำคัญมาก

ผลิตภัณฑ์เสริมถูกให้ความสำคัญน้อยลงตามอายุ การศึกษา รายได้ที่สูงขึ้น

คุณภาพของวัสดุและยาที่ใช้ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ ความหลากหลายของบริการถูกให้ความสำคัญกับมากขึ้นตามการศึกษาที่สูงขึ้น

ความสะอาดของบริการ คุณภาพของวัสดุและยาที่ใช้ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ และความทันสมัยของอุปกรณ์และเครื่องมือ ถูกให้ความสำคัญกับมากขึ้นตามรายได้ที่สูงขึ้น

2. ปัจจัยด้านราคา

ในบรรดาปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับอัตราค่ารักษาพยาบาลเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 3.83 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก การมีหลายระดับราคาให้เลือกเป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.10 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง การผ่อนชำระค่ารักษาเป็นงวดๆ เป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 2.83 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาตามเพศ สถานะภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ พบว่าทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับอัตราค่ารักษาพยาบาลเป็นอันดับ 1

3. ปัจจัยด้านสถานบริการ

ในปัจจัยย่อยๆ ทั้งหมดพบว่า โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานบริการเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 4.56 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด การให้บริการในวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุดเป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก ความสะดวกในการเดินทางเป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก ความสะดวกในการจอดรถเป็นอันดับ 4 มีคะแนนเฉลี่ย 4.08 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

เมื่อพิจารณาจำแนกตาม เพศ สถานะภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ พบว่าทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานบริการเป็นอันดับ 1

กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับสถานบริการตั้งอยู่ในศูนย์การค้าหรือตลาดในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มรายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับสถานบริการตั้งอยู่ในศูนย์การค้าหรือตลาดในระดับน้อย

กลุ่มพนักงานบริษัท/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับจ้างให้ความสำคัญกับสถานบริการตั้งใกล้ที่ทำงานมากกว่ากลุ่มนักเรียนและนักศึกษา

4. ปัจจัยด้านบุคลากร

ในปัจจัยย่อยทั้งหมด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอรรถยาศัยไมตรีของทันตแพทย์เป็นอันดับ 1 รองลงมาการให้คำแนะนำปรึกษาของทันตแพทย์และผู้ช่วยทันตแพทย์เป็นอันดับ 2 บุคลิกและความน่าเชื่อถือของทันตแพทย์เป็นอันดับ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

เมื่อพิจารณาตามเพศ สถานะภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอรรถยาศัยไมตรีของทันตแพทย์และบุคลากร

กลุ่มอายุ 31-60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยบุคลากรมากกว่ากลุ่มอายุ 15-30 ปี

กลุ่มที่ได้รับการศึกษาระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยบุคลากรมากกว่ากลุ่มอื่น

กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-50,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยบุคลากรมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

5. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ในปัจจัยย่อยๆทั้งหมด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีบริการตรวจสอบสุขภาพช่องปากและให้คำแนะนำฟรีเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 4.16 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก การติดตามคนไข้เป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 3.85 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่นเป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 3.73 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

เมื่อพิจารณาตามเพศ สถานะภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีบริการตรวจสอบสุขภาพช่องปากและให้คำแนะนำฟรี เป็นอันดับ 1

กลุ่มที่ได้รับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับการได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นเป็นอันดับ 1

ทุกกลุ่มให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ว่ามีบุคคลที่มีชื่อเสียงมาใช้บริการในอันดับท้ายสุด การติดตามคนไข้และการได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่นถูกให้ความสำคัญมากขึ้นตามอายุที่สูงขึ้น

การรู้จักคุ้นเคยกับทันตแพทย์หรือผู้ช่วยถูกให้ความสำคัญมากขึ้นตามการศึกษาที่สูงขึ้น

การมีบริการตรวจสุขภาพช่องปากและให้คำแนะนำฟรีแพทย์ถูกให้ความสำคัญน้อยลงตามรายได้ที่เพิ่มขึ้น

6. ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ในบรรดาปัจจัยย่อยทั้งหมดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความถูกต้องและปลอดภัยในกระบวนการรักษาเป็นอันดับ 1 มีคะแนนเฉลี่ย 4.66 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลาของทันตแพทย์ เครื่องมือ และอุปกรณ์เป็นอันดับ 2 มีคะแนนเฉลี่ย 4.56 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาและราคาค่ารักษาที่ชัดเจนถูกต้องเป็นอันดับ 3 มีคะแนนเฉลี่ย 4.33 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญมาก

เมื่อพิจารณาตามเพศ สถานะภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความถูกต้องและปลอดภัยในกระบวนการรักษามากกว่าปัจจัยอื่นๆ

กลุ่มที่มีอายุ 46-60 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการในระดับสำคัญที่สุด ในขณะที่กลุ่มอื่นให้ความสำคัญในระดับสำคัญ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่พบว่าสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด (4'Ps) ในทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Philip Kotler ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก จากการศึกษาพบว่าความสะอาดของบริการ คุณภาพของวัสดุ ยา เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับบริการทันตกรรมมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

ราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง จากการศึกษาพบว่าอัตราค่ารักษาพยาบาลถูกให้ความสำคัญมากกว่าการผ่อนชำระค่ารักษาพยาบาล การมีหลายระดับราคาให้เลือก และการชำระด้วยบัตรเครดิต

สถานบริการ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก จากการศึกษาพบว่าความสะอาดของสถานบริการถูกให้ความสำคัญสูงสุด คะแนนเฉลี่ยความสะดวกในการเดินทาง (4.11) และความสะดวกในการจอดรถ (4.08) สูงกว่าสถานบริการตั้งใกล้ที่พักอาศัย (3.81) สถานบริการตั้งใกล้ที่ทำงาน (3.53) และสถานบริการตั้งในศูนย์การค้าหรือตลาด (2.79) แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทางและที่จอดรถมากกว่าทำเลของสถานบริการ สิ่ง

เหล่านี้อาจเป็นผลมาจากสภาพการจราจรในเมืองเชียงใหม่ที่เริ่มติดขัดรวมทั้งที่จอดรถในเมืองเชียงใหม่เริ่มมีข้อจำกัดมากขึ้นตามวิวัฒนาการของเมืองใหญ่

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก จากการศึกษาพบว่าบริการตรวจสุขภาพช่องปากและให้คำปรึกษาฟรีถูกให้ความสำคัญสูงสุด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ประชาชนต้องการบริการที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด การมีบริการตรวจสุขภาพช่องปากและให้คำแนะนำฟรีนับว่าสอดคล้องกับสถานะการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างยิ่ง

นอกจากนี้พบว่ายังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ของ Leonard L. Berry และ A. Parasuraman ดังนี้

Reliability และ Assurance หมายถึงความสามารถที่จะให้บริการอย่างน่าเชื่อถือ อย่างถูกต้อง และอย่างมั่นใจ สอดคล้องกับปัจจัยด้านบุคลากรเรื่องบุคลิกและความน่าเชื่อถือของทันตแพทย์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

Responsiveness หมายถึงความตั้งใจที่จะช่วยลูกค้าและพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลาสอดคล้องกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการเรื่องความพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลาของทันตแพทย์และอุปกรณ์ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

Emphatic หมายถึงความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการที่มีต่อลูกค้าสอดคล้องกับปัจจัยด้านบุคลากรเรื่องอริยาวัตรของทันตแพทย์และผู้ช่วยทันตแพทย์ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

Tangibles หมายถึงการจับต้องได้ของอุปกรณ์ บุคลากร และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

ข้อค้นพบ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มารับบริการทันตกรรมต่ำกว่า 2 ครั้งในช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมาซึ่งถือว่าต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานสะท้อนถึงการขาดความเอาใจใส่ในทันตสุขภาพของประชาชน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะมารับบริการมากขึ้นตามอายุที่เพิ่มขึ้นเพราะกลุ่มที่มีอายุสูงขึ้นไปมีแนวโน้มจะมีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพฟันมากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะมารับบริการมากขึ้นตามระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มที่ได้รับการศึกษาที่สูงจะตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาทันตสุขภาพมากกว่ากลุ่มที่ได้รับการศึกษาที่ต่ำกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะมารับบริการมากขึ้นตามรายได้ที่สูงขึ้นที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มที่มีรายหลังสูงมีกำลังเงินมากพอที่จะรองรับค่าใช้จ่ายจากการมารับบริการทันตกรรม

กลุ่มอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลของรัฐมากที่สุด เพราะสามารถเบิกเงินค่ารักษาพยาบาล ได้เต็มจำนวนถ้ามารับบริการจากสถานพยาบาลของรัฐ

กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนนิยมมารับบริการจากโรงพยาบาลเอกชนและคลินิกมากที่สุดเพราะกลุ่มนี้มีกำลังเงินมากพอที่จะรองรับค่าใช้จ่ายได้

การที่ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวนิยมมารับบริการในช่วงเช้าเป็นเพราะอาชีพเหล่านี้เป็นอาชีพอิสระมีความยืดหยุ่นในการจัดเวลาทำงาน

นักเรียนส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเย็นวันอาทิตย์เป็นเพราะ (1) วันอาทิตย์เป็นวันหยุดของนักเรียน (2) นักเรียนอาจจะมากับผู้ปกครองซึ่งส่วนใหญ่จะว่างจากงานในวันอาทิตย์

ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าวันจันทร์ถึงศุกร์เพราะมีอิสระในการจัดเวลาทำงานและจะได้เก็บวัสดุสัปดาห์สำหรับครอบครัว

ข้าราชการส่วนใหญ่นิยมมารับบริการในช่วงเช้าและบ่ายในวันจันทร์ถึงศุกร์เพราะสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้จากสถานพยาบาลของรัฐเป็นการบังคับให้ต้องมารับบริการในวันทำงานซึ่งจะเป็นช่วงเช้าและบ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ค่อยเปลี่ยนสถานบริการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อสถานบริการทันตกรรมซึ่งมีอยู่ในระดับสูงมาก

กลุ่มอายุ 15-17 ปี และกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เสริมมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับอุปนิสัยวัยรุ่นที่ชอบลองของใหม่

นอกจากนี้ยังพบว่าผลิตภัณฑ์เสริมลูกให้ความสำคัญน้อยลงตามอายุที่สูงขึ้นเพราะคนที่อายุสูงวัยขึ้นจะมีความสุขและใช้เหตุผลก่อนการซื้อหาสินค้าไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง

กลุ่มอายุ 15-21 ปีและกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาให้ความสนใจกับปัจจัยการบริการชำระด้วยบัตรเครดิตน้อยกว่ากลุ่มอื่นเนื่องจากกลุ่มนี้มีข้อจำกัดในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิตเพราะไม่มีรายได้เป็นของตนเอง

กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไปให้ความสนใจกับปัจจัยการบริการชำระด้วยบัตรเครดิตน้อยด้วยเพราะคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่นิยมใช้เงินสดและไม่มีรายได้แน่นอน

กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริการด้วยบัตรเครดิตต่ำกว่ากลุ่มรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน เพราะกลุ่มนี้ไม่สามารถมีบัตรเครดิตได้ อันเนื่องมาจากรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด ดังนั้นจึงให้ความสำคัญการให้บริการด้วยบัตรเครดิตใช้ในระดับน้อย

กลุ่มที่ได้รับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญกับการได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นเป็นอันดับ 1 แสดงว่าการได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่เคยมารับบริการแล้วสร้างความมั่นใจให้คนเหล่านี้ในการที่จะมารับบริการทดแทน

แสดงผลสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย	เพศ	อายุ	สถานภาพ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้
สถานบริการ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ช่วงเวลามารับบริการ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
สื่อข้อมูลเกี่ยวกับสถานบริการ - มีผู้แนะนำ - รู้จักคุ้นเคยกับหมอและผู้ช่วย - ป้ายหน้าร้าน	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ปัญหา - รอคิวนาน - เวลาให้บริการมีจำกัด	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านผลิตภัณฑ์	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านราคา	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
สถานบริการ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านบุคลากร	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ด้านกระบวนการบริการ	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

จากการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการทันตกรรมแตกต่างกันตามอาชีพ และรายได้

ช่วงเวลาในการมารับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันตามอาชีพ

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่บริการ ไม่แตกต่างกัน

ปัญหาในการมารับบริการ ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านราคาโดยเฉลี่ย ไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านสถานบริการแตกต่างกันตามระดับรายได้ แต่ไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

ปัจจัยด้านบุคลากร แตกต่างกันตามสถานะภาพ แต่ไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน
 ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ แตกต่างกันตามสถานะภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา
 แต่ไม่แตกต่างกันตามระดับรายได้

ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาของผู้มารับบริการทันตกรรม

จากการสำรวจพบว่า ปัญหาเรื่องคิวคิวเป็นปัญหาอันดับแรกๆที่ผู้มารับบริการประสบมากที่สุด ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวผู้บริหารในแต่ละสถานบริการคงจะต้องพิจารณาถึงปริมาณผู้มารับบริการในแต่ละช่วงเวลาว่าเป็นอย่างไร การแก้ไขสามารถทำได้โดยพยายามลดปริมาณคนไข้ในช่วงเวลาคนไข้สูงสุด (peak hours) ในแต่ละวันโดยสามารถทำได้ เช่น นัดคนไข้ทำฟันปลอม ทำครอบฟัน จัดฟัน รักษาฟัน ให้มารับบริการในช่วงเวลาที่คนไข้ไม่แน่น (non-peak hours) เป็นต้น หลังจากการแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้วจึงทำการประเมินใหม่ผลใหม่ หากพบว่าคนไข้ยังแน่นอยู่ก็ยังคงพิจารณาความคุ้มค่าที่จะเพิ่มหน่วยทำฟันใหม่

ปัญหาเวลาให้บริการจำกัดมักจะมีในสถานบริการเอกชนเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เพราะสถานบริการเอกชนมักต้องการทำกำไรสูงสุดมากกว่าการให้บริการที่ดีที่สุด อย่างไรก็ตามจากประสบการณ์ผู้ศึกษาคิดว่าการทำกำไรสูงสุด (Maximize Profit) อาจจะเป็นเป้าหมายที่ดีสำหรับธุรกิจในระยะสั้นแต่ไม่ใช่ในระยะยาว ข้อเสนอแนะคือระยะเวลาที่เหมาะสมในการให้บริการขึ้นอยู่กับความหนักเบาและจำเป็นของปัญหานั้นๆ แต่สิ่งสำคัญที่จะแก้ไขปัญหานี้จะอยู่ที่การแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความเอื้ออาทร (Courtesy) ที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้รับบริการมากกว่า

ปัญหาที่พบมากอีกประการหนึ่งคือค่ารักษาพยาบาลแพง เช่นกันปัญหานี้มักจะมีพบในสถานบริการเอกชนเป็นส่วนใหญ่ การกำหนดราคาค่าบริการขึ้นกับปัจจัยต่างๆเช่น การวางตำแหน่งสินค้าหรือบริการ (positioning) ภาพพจน์ของสถานบริการ (image) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (target customers) ราคาค่าบริการของกลุ่มคู่แข่ง (competitors' price) ต้นทุนการให้บริการ (services costs) กำไรที่เหมาะสม (normal profits) เป้าหมายทางการตลาดทั้งระยะสั้นและยาว (short & long-term marketing goals) เป็นต้น ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการตั้งราคาไม่มีสูตรทางคณิตศาสตร์ที่แน่นอนตายตัวขึ้นกับเป้าหมายทางธุรกิจมากกว่า เช่น ในกรณีที่ต้องการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดการตั้งราคาที่ถูก (Cheap Price) คู่แข่งกับผู้บริโภคจะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ ในกรณีที่ต้องการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดการตั้งราคาที่แข่งขันได้กับคู่แข่งได้ (Competitive Price) จะสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดได้ ในบางกรณี

การตั้งราคาส่วนเกิน (Premium Price) ก็เป็นผลดีถ้ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับสูง เพราะสำหรับคนกลุ่มนี้ราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกรับบริการ การตั้งราคาส่วนเกินจะก่อให้เกิดผลกำไรมากขึ้นถ้าร้อยละของราคาที่สูงขึ้นมีมากกว่าร้อยละของจำนวนลูกค้าที่ลดลง

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)

นอกจากการจับกลุ่มลูกค้าทั่วไปไปเป็นลูกค้าหลักแล้ว สถานบริการบางแห่งอาจจะจับลูกค้าเฉพาะกลุ่มก็ได้โดยการวางตำแหน่งตนเองเป็นสถานบริการชำนาญเฉพาะด้านได้

โรงพยาบาลสวนปรุงสามารถอ้างว่า (claim) เป็นผู้ชำนาญในการให้บริการทันตกรรมกับคนไข้โรคจิตเวช

กลุ่มกัลวการทำฟันเป็นกลุ่มที่มีการพูดถึงบ้างแต่ข้อมูลส่วนใหญ่ยังมีการศึกษาในวงจำกัด จากการประมาณการจำนวนกลุ่มกัลวการทำฟันคาดว่าน่าจะมีจำนวนพอสมควรที่จะดำเนินการทางธุรกิจได้ อย่างไรก็ตามทันตแพทย์ผู้จะมาให้บริการทางด้านนี้ควรจะต้องได้รับการฝึกฝนหรือมีประสบการณ์มาก่อน

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มเฉพาะอื่นๆอีกเช่น กลุ่มเด็กเล็กโดยทั่วไปมักจะกัลวการทำฟัน กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีปัญหาโรคปริทันต์ โรคเหงือกเป็นต้น ทันตแพทย์ที่จะมาให้บริการควรจะต้องได้รับการฝึกฝนหรือมีประสบการณ์มาก่อน

3. กลยุทธ์ทางการตลาด

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจในเบื้องต้น ผู้ศึกษาเสนอข้อเสนอแนะดังนี้

3.1 บุคลากร (People)

เน้นอัธยาศัยไมตรีและความเอาใจใส่ของทันตแพทย์และบุคลากรที่มีต่อลูกค้า เช่น เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้านควรมีเจ้าหน้าที่ออกมาต้อนรับถามไถ่อาการและปัญหาที่ลูกค้าประสบ

มีการออกบัตรคิว

มีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องให้ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า

จัดทำคู่มือการต้อนรับลูกค้าให้แก่พนักงาน

มีการประเมินผลงานของบุคลากรเพื่อการพัฒนาบริการที่ดีขึ้น เช่น พนักงานดีเด่นประจำเดือน เพื่อเพิ่มขวัญและกำลังใจ

3.2 กระบวนการในการให้บริการ (Process)

เน้นความถูกต้อง ความปลอดภัยในกระบวนการรักษา เช่น การทำงานทุกขั้นตอนต้องได้มาตรฐานตามหลักวิชาการ

กระบวนการให้บริการจะต้องมีลำดับการบริการที่แน่นอน ไม่มีการลัดขั้นตอน ทั้งนี้เพื่อได้ผลของบริการที่แน่นอน (consistency) ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นทันตแพทย์ท่านใด

มีการตรวจสอบความถูกต้องของการรักษาของทีมงานตลอดเวลา รวมทั้งเน้นความพร้อมที่จะให้บริการของทันตบุคลากรและเครื่องมือ

การมีทันตแพทย์ประจำสถานบริการสามารถให้บริการได้ตลอดเวลา พนักงานเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีเวลาให้กับคนไข้ เป็นต้น

การรับประกันระยะเวลาในการรอรับบริการ

การแจ้งล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบหากต้องรอนานเกิน 20 นาทีเพื่อลูกค้าสามารถจะไปทำธุระอื่นก่อน

มีการติดราคาค่าบริการทันตกรรมในสถานที่เห็นชัดเจน เพื่อลูกค้าสามารถประเมินราคากับบริการที่ได้รับ

3.3 ผลิตภัณฑ์ (Product)

อุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ใช้ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานและมีตัวแทนจำหน่ายที่สามารถบริการได้ตลอดเวลา เช่น เครื่องมือฆ่าเชื้อโรคด้วยเครื่องอบความดันสูง (Autoclave) เครื่องทำความสะอาดความถี่สูง (Ultrasonic Cleaner) เป็นต้น

คุณภาพของวัสดุและยาที่ใช้ต้องมีมาตรฐาน เช่น ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO และผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับในวงการทันตแพทย์

การทำให้ลูกค้ามั่นใจถึงความสะอาดของบริการเป็นสิ่งจำเป็นเพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกรับบริการทันตกรรม เช่น การบรรจุวัสดุหรือยาในบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นชุดๆ เมื่อถึงเวลาใช้ก็ทำลายบรรจุภัณฑ์นั้น เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์ต่างๆ ต้องทำความสะอาดทุกครั้ง ถูงมือใช้เสร็จแล้วต้องทิ้งหรือทำลายไม่นำมาใช้ใหม่ เป็นต้น

3.4 สถานที่บริการ (Place)

สถานบริการควรตั้งในที่ที่เดินทางไปมาได้สะดวก มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ

สถานบริการควรจะนำเสนอความสะดวกสบายของบริการและเน้นความเป็นบ้านมากกว่าเป็นสถานบริการ เช่น สีภายในร้านควรเน้นสีอ่อนเพื่อให้ดูสะอาดและห้องดูโปร่ง สร้างบรรยากาศสมัยใหม่ภายในร้านทำให้เหมือนลูกค้าอยู่ในบ้านมากกว่าสถานบริการเพื่อลดอาการเครียดของลูกค้า เสื้อผ้าของทันตแพทย์และผู้ช่วยต้องดูสะอาด แสดงการทำความสะดวกสบายเครื่องมือด้วยเครื่องอบฆ่าเชื้อความดันสูง (Autoclave) บริเวณมุมใดมุมหนึ่งในร้านเพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในความสะดวก

สถานบริการควรจัดเป็นสัดส่วน มีมุมหนังสืออ่านเล่น มุมเด็กเล่น

ในกรณีที่สถานบริการมีขนาดเล็กลดการจัดด้วยกระจกเพื่อให้ดูโปร่ง

ห้องทำฟันไม่ควรมีกลิ่นยา หรือกลิ่นฉุนเพื่อหลีกเลี่ยงอาการกลัวของลูกค้าบางคน

3.5 การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

อาศัยลูกค้าเก่าเป็นฐานในการประชาสัมพันธ์สถานบริการ

มีการให้บริการตรวจสุขภาพช่องปากฟรีเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ร้าน

อาจมีการจัดโปรโมชั่นมอบส่วนลดในการมารับบริการทันตกรรมร่วมกับร้านค้าต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร โรงแรม เป็นต้น

การส่งไปรษณียบัตรให้ลูกค้าเพื่อมารับบริการทันตกรรมทุก 6 เดือน

การส่งบัตรอวยพรลูกค้าในโอกาสต่างๆเช่น วันเกิด วันปีใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการย้ำเตือนลูกค้าให้มารับบริการทันตกรรมและมารับบริการที่ร้าน

3.6 ราคา (Price)

จากการศึกษาพบว่าราคาเป็นปัจจัยสุดท้ายในการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรม ซึ่งสะท้อนถึง Inelastic Demand ของบริการทันตกรรม กล่าวคือถ้าอัตราค่าบริการเปลี่ยนแปลงแล้วทำให้ปริมาณความต้องการบริการเปลี่ยนแปลงไปในสัดส่วนที่น้อยกว่า ดังนั้นการกำหนดราคาบริการค่อนข้างสูงจะทำให้เกิดรายได้ที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตามจากสถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปัจจุบันการกำหนดอัตราค่าบริการที่สูงมีแนวโน้มที่จะทำให้สูญเสียลูกค้าได้โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีการแข่งขันสูง จากการสอบถามสถานบริการและประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้าในสถานบริการของรัฐของผู้ศึกษาในปัจจุบันพบว่า มีลูกค้าจำนวนหนึ่งจากสถานบริการเอกชนย้ายมารับบริการในสถานบริการของรัฐเพิ่มมากขึ้น

กล่าวโดยสรุปคือโดยทั่วไปอัตราค่าบริการวันธรรมดาที่มีลักษณะเป็น Inelastic Demand การตั้งราคาที่สูงจะทำให้เกิดรายได้ที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตามในสถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างมากพฤติกรรมของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปจากสถานะปกติโดยเปลี่ยนไปรับบริการจากสถานบริการของรัฐมากขึ้น