

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดของคลินิกทันตกรรม  
โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

**Personal Factors Related To the Marketing Mix of Dental Clinics Lansaka  
Hospital Lansaka District Nakhon Sri Thammarat**

ปิยดา กิจบำเพ็ญ

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการ รวมถึงศึกษา กระบวนการตัดสินใจในการเลือกเข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ การหาค่าความถี่ ร้อยละ และทดสอบ สมมุติฐานด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ต่ำกว่า 19 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่า ม.ปลาย อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีความถี่ของการเข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม เดือนละ 3 – 4 ครั้ง เนื่องจากสาเหตุ อุดฟัน โดยเลือกใช้บริการคลินิกนอกเวลา ในวันอังคาร แต่ละครั้งมีค่าบริการ ต่ำกว่า 100 บาท ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์มีคุณภาพ มีความพึงพอใจด้านราคาเกี่ยวกับการกำหนดอัตราค่าบริการในการตรวจรักษา มีความพึงพอใจด้านสถานที่เกี่ยวกับการเปิดให้บริการทุกวัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ มีความพึงพอใจด้านบุคลากรเกี่ยวกับความชำนาญและประสบการณ์ การบริการ มีความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ/การให้บริการเกี่ยวกับการมีระบบคิวในการให้บริการตามลำดับก่อนหลังอย่างชัดเจน และ มีความพึงพอใจด้านกายภาพเกี่ยวกับการตกแต่งคลินิกทั้งภายนอกและภายในอย่างสวยงาม เป็นระเบียบ นำให้บริการ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนบุคคล , คลินิกทันตกรรม , ส่วนประสมการตลาด

## **Abstract**

This research aimed to study factors affecting the selection of dental services at Lansaka Hospital, Lansaka District, Nakhon Sri Thammarat Province to study behavior of service recipients As well as to study the decision-making process for choosing to attend the clinic. Dentistry using 400 questionnaires to collect data. Data were analyzed using static statistical program. The statistics used in this research was find the frequency, percentage and hypothesis testing by Chi-Square value by determining the level of significance at level 0.05 The results showed that most people were gender. Woman under 19 years of age ,single status has highest education level lower upper secondary school, students or collegian average monthly income between 5001-10,000 bath. There is a frequency of attending dental clinics 3-4 times a month due to dental filling by choosing to use part-time clinic on each Tuesday. Times with a service fee of less than 100 bath, against the mixed factors most respondents were satisfied with the quality of medical device products with satisfaction. The price regarding the determination of the service fee for the treatment is satisfied with location, regarding the opening of the service everyday and is satisfied with the notification of the press release through the media. Personnel about expertise and service experience are good. There is a clear satisfaction in the process of providing services regarding the queuing system in the order of service in the first order, clearly and satisfying the physical aspects of the clinic decoration both externally and internally.

Keywords : Personal factors , Dental Clinic , Marketing mix

## บทนำ

อวัยวะทุกชนิดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของร่างกายซึ่งอวัยวะที่มีความสำคัญต่อทุกชีวิต ส่วนหนึ่งของคน คือ ปาก ในช่องปากมีอวัยวะที่สำคัญคือ เหงือก ลิ้น กระพุ้งแก้ม เพดาน ฟัน และลำคอส่วนต้น ซึ่งภายในปากของคนมีฟัน เป็นอวัยวะที่แข็งแรงที่สุดในร่างกาย และเป็นส่วนประกอบสำคัญของใบหน้า คนเราใช้ฟันสำหรับบดเคี้ยวอาหาร ให้ละเอียด ใช้ในการออกเสียงให้ชัดเจน และช่วยให้ใบหน้าของเราดูสวยงาม ถือได้ว่าฟันเป็นอวัยวะที่มีประโยชน์ มากมาย โดยมีความแข็งแรงมากกว่ากระดูก เป็นอวัยวะเดียวที่ไม่มีการเติบโตเพิ่มขนาดหรือเปลี่ยนแปลงรูปร่าง หลังจากขึ้นมา ในช่องปากแล้ว แต่ฟันยังเป็นอวัยวะที่มีชีวิต รับความรู้สึกและเจ็บปวดได้ ถ้ามีการสึกกร่อนหรือ ทำลายของเนื้อฟันลง ฟันมีความสำคัญต่อชีวิตตั้งแต่เป็นฟันน้ำนมที่เริ่มขึ้นตั้งแต่วัยเด็ก จวบจนเป็นฟันแท้ จนกระทั่ง ถึงวัยชรา ถ้าหากเราเอาใจใส่ดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนกินอาหารที่มีประโยชน์ต่อฟัน และ ที่สำคัญ คือ ต้องใช้ฟันให้ถูกหน้าที่ คือ ฟันมีหน้าที่บดเคี้ยวอาหาร ช่วยในการ ออกเสียงและช่วยสร้างรอยยิ้มที่ ประทับใจ (สำนักทันตสาธารณสุข, กรมอนามัย, 2553)

ทุกวันนี้ผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสุขภาพช่องปากเป็นจำนวนมาก เห็นได้ชัดจากจำนวน ผู้เข้ารับบริการจากคลินิกทันตกรรมโรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และการจัดระบบเพื่อ รองรับการให้บริการ เช่น การเก็บข้อมูลการรักษา การนัดหมาย ข้อมูลทันตแพทย์เกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ในการรักษา ช่วงเวลาการทำงานของทันตแพทย์แต่ละบุคคล รวมไปถึงการจัดการอื่นๆที่ส่งผลให้คลินิกทันตกรรม มีคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น

จากความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด ของคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อต้องการทราบปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกเข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม พฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม รวมไปถึงกระบวนการ ตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของประชาชนที่เข้ารับบริการ ให้มากที่สุด

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดของคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาล ลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย(Methodology) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง
2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

## 1. ประชากรและตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและตัวอย่างไว้ดังนี้

### 1.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เข้ารับบริการจากคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

### 1.2 การกำหนดขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เข้ารับบริการจากคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรตามที่กำหนดได้ โดยใช้สูตรของ Tarro Yamane (1973) กรณีที่ทราบประชากรแน่นอนได้คิดสูตรที่ใช้ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย  $n$  = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

$e$  = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น คือ 5% หรือ 0.05

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด

$$\text{สามารถแทนค่าสูตรได้ดังนี้} \quad n = \frac{40,950}{1+(40,950)(0.05)^2}$$

$$n = 396.13 \approx 397 \text{ คน}$$

จากการแทนค่าสูตร ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 397 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีการสำรองเพิ่มจำนวน 3 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการคลินิกทันตกรรมในขณะนั้น มีเวลาและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Administered Questionnaires) ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2561 – มกราคม พ.ศ.2562

## 2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการคลินิกทันตกรรมในขณะนั้น มีเวลาและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Administered Questionnaires) ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2561 – มกราคม พ.ศ.2562

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามปลายปิด (Cloese-End Question) ในส่วนที่ 1-3 และแบบสอบถามปลายเปิด (Open-End Question) ในส่วนที่ 4 โดยผู้วิจัยได้ค้นคว้าตัดแปลงจากหนังสือและเอกสารต่างๆ และบูรณาการจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ดังนี้

1.1 เพศ ได้แก่ ชาย และหญิง

1.2 อายุ ได้แก่ ต่ำกว่า 19 ปี , 20 - 29 ปี , 30 - 39 ปี , 40 - 49 ปี , 50 - 59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพ ได้แก่ โสด , สมรส/อยู่ด้วยกัน และหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

1.4 ระดับการศึกษา ได้แก่ ต่ำกว่า ม.ปลาย , ม.ปลาย/ปวช. , ปวส./ปวท./อนุปริญญา และปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 อาชีพ ได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ , พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน , เกษตรกร/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย , รับจ้างทั่วไป , นักเรียน/นักศึกษา และอื่นๆ (ระบุ)

1.6 รายได้เฉลี่ย ได้แก่ ต่ำกว่า 5,000 บาท , 5,001 - 10,000 บาท , 10,001 - 15,000 บาท , 15,001 - 20,000 บาท และ 20,001 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

2.1 จำนวนครั้งที่มาใช้บริการคลินิกทันตกรรม ได้แก่ เดือนละ 5 - 6 ครั้ง , เดือนละ 3 - 4 ครั้ง , เดือนละ 1 - 2 ครั้ง , 2 - 3 เดือน / ครั้ง และมากกว่า 6 เดือนขึ้นไป / ครั้ง

2.2 ท่านมาใช้บริการคลินิกทันตกรรมครั้งนี้ เนื่องจากสาเหตุใด ได้แก่ อุดฟัน , ถอนฟัน , ขูดหินปูน , ผ่าฟันคุด , ฟันปลอม , ตรวจสอบสุขภาพช่องปากประจำปี และอื่นๆ (ระบุ)

2.3 ช่วงเวลาที่ท่านมาใช้บริการ (วันนี้) ได้แก่ คลินิกในเวลา และคลินิกนอกเวลา

2.4 วันที่ท่านมาใช้บริการคลินิกทันตกรรม ได้แก่ วันจันทร์ , วันอังคาร , วันพุธ , วันพฤหัสบดี , วันศุกร์ , วันเสาร์ และวันอาทิตย์

2.5 ค่าใช้จ่าย ได้แก่ ต่ำกว่า 100 บาท , 101 - 400 บาท , 401 - 700 บาท , 701 - 1,000 บาท และตั้งแต่ 1,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องมือแพทย์มีคุณภาพ และชื่อเสียง ภาพพจน์ที่ดีของแพทย์

3.2 ด้านราคา ได้แก่ มีการกำหนดอัตราค่าบริการในการตรวจรักษา , มีการแสดงราคาในการให้บริการอย่างชัดเจน และมีการรักษาที่สามารถใช้สิทธิต่างๆ ในการชำระค่าบริการ

3.3 ด้านสถานที่ ได้แก่ มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ , เปิดให้บริการทุกวัน และทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ , มีการจัดทำระบบสมาชิก , ส่งเอกสารข้อมูลต่างๆ ให้สมาชิกถึงบ้าน และมีการรับประกันคุณภาพการให้บริการ

3.5 ด้านบุคลากร ได้แก่ มีความชำนาญและประสบการณ์การบริการ , ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีมนุษยสัมพันธ์ , ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ในช่องปากได้เป็นอย่างดี และแสดงความเคารพ และให้เกียรติผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

3.6 ด้านกระบวนการ/การให้บริการ ได้แก่ การให้บริการมีความรวดเร็ว สามารถรองรับผู้มาใช้บริการได้อย่างทันใจ , มีระบบคิวในการให้บริการตามลำดับก่อนหลังอย่างชัดเจน และมีระบบการคิดอัตราค่าบริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง

3.7 ด้านกายภาพ ได้แก่ มีการตกแต่งคลินิกทั้งภายนอกและภายในอย่างสวยงาม เป็นระเบียบ น่าใช้บริการ และมีการติดป้ายให้ความรู้และแนะนำขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน

โดยแบบสอบถามส่วนนี้ มีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ซึ่งคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต เป็นการตัดสินใจของแต่ละปัจจัย โดยการกำหนดค่าคะแนนเพื่อวัดระดับการตัดสินใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนไว้ 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนระดับ	5	หมายถึง มากที่สุด
คะแนนระดับ	4	หมายถึง พอใจมาก
คะแนนระดับ	3	หมายถึง พอใจปานกลาง
คะแนนระดับ	2	หมายถึง พอใจน้อย
คะแนนระดับ	1	หมายถึง พอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูล

การพิจารณาแปลความหมายโดยคำนวณค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์การให้คะแนน ด้วยการใช้สูตรคำนวณหาความกว้างอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ค่าพิสัย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากเกณฑ์พิจารณาข้างต้น จึงกำหนดความหมายในข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด (Open-End Question) จำนวน 1 ข้อ เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

#### 4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยจำแนกแหล่งที่มา 2 แหล่ง ดังนี้

##### 1. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

รวบรวมข้อมูลวิจัยโดยใช้แบบสอบถามประชาชนที่เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) จนครบจำนวน 400 ชุด

##### 2. การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

เป็นข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อใช้สนับสนุนการวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น งานวิจัย วารสาร ข้อมูลทางสถิติ เอกสารจากผู้วิจัยท่านอื่นที่ได้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำราทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ค้นคว้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

- 2.1 ผู้วิจัยทำการเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- 2.2 ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูล ความถูกต้องของแบบสอบถาม
- 2.3 เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการชี้แจงต่อกลุ่มตัวอย่างให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถาม
- 2.4 เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง
- 2.5 ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามทุกชุดที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว
- 2.6 ประมวลผล

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้บรรยายลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมของผู้เข้ารับบริการ และด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าทดสอบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA)

## ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยการหาความถี่ ร้อยละ ซึ่งผลการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 151 คน ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 19 ปี จำนวน 86 คน และมีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 86 คน รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 77 คน รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 70 คน รองลงมา คือ มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน และน้อยที่สุด คือ มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 33 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 223 คน รองลงมา คือ มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 138 คน และน้อยที่สุด คือ มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ จำนวน 39 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่า ม.ปลาย จำนวน 111 คน รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 104 คน รองลงมา คือ ระดับ ม.ปลาย/ปวช. จำนวน 96 คน และน้อยที่สุด คือ ระดับ ปวส./ปวท.อนุปริญญา จำนวน 89 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา จำนวน 119 คน รองลงมา คือ ประกอบอาชีพเกษตรกร/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 102 คน รองลงมา คือ ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 83 คน รองลงมา คือ ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 57 คน และน้อยที่สุด คือ ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 39 คน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 110 คน รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 86 คน รองลงมา คือ รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 59 คน และน้อยที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 56 คน



ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ วิเคราะห์โดยการหาความถี่ ร้อยละ ผลการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า มาใช้บริการเดือนละ 3 – 4 ครั้ง จำนวน 99 คน รองลงมา คือ ใช้บริการ 2 – 3 เดือน/ครั้ง จำนวน 93 คน รองลงมา คือ ใช้บริการเดือนละ 1 – 2 ครั้ง จำนวน 84 คน รองลงมา คือ ใช้บริการมากกว่า 6 เดือนขึ้นไป/ครั้ง จำนวน 77 คน และน้อยที่สุด คือ เดือนละ 5 – 6 ครั้ง จำนวน 47 คน ส่วนใหญ่มาใช้บริการเนื่องจากสาเหตุ อุดฟัน จำนวน 123 คน รองลงมา คือ สาเหตุ ถอนฟัน จำนวน 90 คน รองลงมา คือ สาเหตุ ขูดหินปูน จำนวน 82 คน รองลงมา คือ สาเหตุ ฟันปลอม จำนวน 52 คน รองลงมา คือ สาเหตุ ผ่าฟันคุด จำนวน 47 คน และน้อยที่สุด คือ สาเหตุ ตรวจสุขภาพลักษณะช่องปากประจำปี จำนวน 6 คน ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการคลินิกนอกเวลา จำนวน 228 คน และรองลงมา คือ คลินิกในเวลา จำนวน 172 คน ส่วนใหญ่มาใช้บริการวันอังคาร จำนวน 83 คน รองลงมา คือ วันพฤหัสบดี จำนวน 74 คน รองลงมา คือ วันพุธ จำนวน 67 คน รองลงมา คือ วันศุกร์ จำนวน 61 คน รองลงมา คือ วันจันทร์ จำนวน 51 คน รองลงมา คือ วันเสาร์ จำนวน 34 คน และน้อยที่สุด คือ วันอาทิตย์ จำนวน 30 คน ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการต่ำกว่า 100 บาท

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมการตลาด วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำแนกเป็น 1.เครื่องมือแพทย์มีคุณภาพ มีความพึงพอใจในระดับมาก 2.ชื่อเสียง ภาพพจน์ที่ดีของแพทย์ มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านราคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำแนกเป็น 1.มีการกำหนดอัตราค่าบริการในการตรวจรักษา มีความพึงพอใจในระดับมาก 2.มีการแสดงราคาในการให้บริการอย่างชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 3.มีการรักษาที่สามารถใช้สิทธิต่างๆ ในการชำระค่าบริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านสถานที่มีความพึงพอใจในระดับมาก จำแนกเป็น 1.มีที่จอดรถเพียงพอต่อความต้องการ มีความพึงพอใจในระดับมาก 2.เปิดให้บริการทุกวัน มีความพึงพอใจในระดับมาก 3.ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกต่อการเดินทาง มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำแนกเป็น 1.การแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีความพึงพอใจในระดับมาก 2.มีการจัดทำระบบสมาชิก มีความพึงพอใจในระดับมาก 3.ส่งเอกสารข้อมูลต่างๆ ให้สมาชิกถึงบ้าน มีความพึงพอใจในระดับน้อย 4.มีการรับประกันคุณภาพการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านบุคลากรมีความพึงพอใจในระดับมาก จำแนกเป็น 1.มีความชำนาญและประสบการณ์การบริการ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 2.ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีมนุษยสัมพันธ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก 3.ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ในช่องปากได้เป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก 4.แสดงความเคารพและให้เกียรติผู้ให้บริการเป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านกระบวนการ/การให้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก จำแนกเป็น 1.การให้บริการมีความรวดเร็ว สามารถรองรับผู้มาใช้บริการได้อย่างทันใจ มีความพึงพอใจในระดับมาก 2.มีระบบคิวในการให้บริการตามลำดับก่อนหลังอย่างชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก 3.มีระบบ การคิดอัตราค่าบริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านกายภาพ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง จำแนกเป็น 1.มีการตกแต่งคลินิกทั้งภายนอกและภายในอย่างสวยงาม เป็นระเบียบน่าใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก 2.มีการติดป้ายให้ความรู้และแนะนำขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรมทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่างกัน

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยยอมรับสมมติฐานด้านกายภาพ และปฏิเสธสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การให้บริการ

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยยอมรับสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การให้บริการ และปฏิเสธสมมติฐานด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ

1.3 สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยยอมรับสมมติฐานด้านสถานที่ และด้านบุคลากร และปฏิเสธสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ/การให้บริการ และด้านกายภาพ

1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยยอมรับสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การให้บริการ และปฏิเสธสมมติฐานด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ

1.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยยอมรับสมมติฐานด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร และปฏิเสธสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ/การให้บริการ และด้านกายภาพ

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยยอมรับสมมติฐาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การส่งเสริมการตลาด และปฏิเสธสมมติฐานด้านกายภาพ

#### สรุปและวิจารณ์ผล

ประชาชนที่ใช้บริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผลสรุปข้างต้น สามารถนำไปใช้อภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ต่ำกว่า 19 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่า ม.ปลาย อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท

2. ผลการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม เดือนละ 3 – 4 ครั้ง เนื่องจากสาเหตุ อดฟัน โดยเลือกใช้บริการคลินิกนอกเวลา ในวันอังคาร มีค่าบริการต่ำกว่า 100 บาท

3. ผลการศึกษาข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์มีคุณภาพ มีความพึงพอใจด้านราคา เกี่ยวกับการกำหนดอัตราค่าบริการในการตรวจรักษา มีความพึงพอใจด้านสถานที่ เกี่ยวกับการเปิดให้บริการทุกวัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีความพึงพอใจด้านบุคลากร เกี่ยวกับความชำนาญและประสบการณ์การบริการ มีความพึงพอใจด้านกระบวนการ/การให้บริการ เกี่ยวกับการมีระบบคิวในการให้บริการตามลำดับก่อนหลังอย่างชัดเจน และมีความพึงพอใจด้านกายภาพ เกี่ยวกับการตกแต่งคลินิกทั้งภายนอกและภายในอย่างสวยงาม เป็นระเบียบ น่าใช้บริการ

4. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรกับส่วนประสมการตลาดของผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรม โรงพยาบาลลานสกา อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า 1.เพศ มีการยอมรับสมมติฐานด้านกายภาพ และปฏิเสธสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การให้บริการ 2.อายุ มีการยอมรับสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การให้บริการ และปฏิเสธสมมติฐานด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ 3.สถานภาพสมรส มีการยอมรับสมมติฐานด้านสถานที่ และด้านบุคลากร และปฏิเสธสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ/การให้บริการ และด้านกายภาพ 4.ระดับการศึกษาสูงสุด มีการยอมรับสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การให้บริการ และปฏิเสธสมมติฐานด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ 5.อาชีพ มีการยอมรับสมมติฐานด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร และปฏิเสธสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ/การให้บริการ และด้านกายภาพ 6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการยอมรับสมมติฐานด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ/การส่งเสริมการตลาด และปฏิเสธสมมติฐานด้านกายภาพ

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สมจิตร์ ล้วนจำเริญ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดจากการค้นคว้าวิจัย ผู้ทำการวิจัยจึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ทั้งนี้ผู้ทำการวิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้องทุกคนที่ให้โอกาสและส่งเสริมด้านการศึกษา และเป็นกำลังใจให้เสมอมา ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จในทุกวันนี้ และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

คุณประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบคุณงามความดีทั้งหมดเหล่านี้แก่ บิดา มารดา อาจารย์ ผู้มีพระคุณทุกท่านและผู้เขียนหนังสือตำราทุกเล่มที่ผู้วิจัยได้รับแสงสว่างแห่งความรู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จครั้งนี้

## เอกสารอ้างอิง

ทันตสาธารณสุข, กรมอนามัย. (2553). เอกสารเนื้อหาวิชา ทันตสาธารณสุขสำหรับนักศึกษา

สถาบันราชภัฏ[Online]. ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561.

จาก <http://dental.anamai.moph.go.th/oralhealth/PR/E-book/dh/dh01.html>