

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรม จัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลระยอง

The Marketing Mixes Affecting to Use Surgery Dental Clinic of Teenager in Rayong Metropolitan

นภนัท หอมสุต¹, คุณศิริ เจริญไชย², เบญจวรรณ พันธักลับ²

Noppanon Homsud¹, Khunsiri Charoenchai², Benjawan Pankrab²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ วัยรุ่นที่เคยใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันในเขตเทศบาลระยอง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด คลินิกทันตกรรมจัดฟัน เทศบาลนครระยอง

Abstract

The objectives of this research were to study behavior and marketing mixes affecting the use of service at surgery dental clinic of teenager in Rayong Metropolitan. The sample was 400 teenagers who went to the surgery dental clinic of teenager in Rayong Metropolitan. The research instrument was questionnaire while the usage statistical techniques was frequency, percentage, mean, and standard deviation. The for marketing mixes analysis was it is found that the samples emphasized on product, people, process, prize, place, physical evidence, and promotion, respectively.

Keywords : Marketing Mixes, Surgery Dental Clinic, Rayong Metropolitan

¹ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

² นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด การตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

¹ Professor, The Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT Campus

² Student of Program in Marketing, The Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT Campus

บทนำ

รอยยิ้ม เป็นจุดเริ่มต้นของความสวยงามทำให้เกิดความรู้สึกดี ความมั่นใจ อีกทั้งฟันช่วยให้คนเรามีบุคลิกภาพและลักษณะภายนอกที่ดี

ปัจจุบันประชากรส่วนใหญ่มักประสบปัญหาเกี่ยวกับฟัน เช่น ฟันซ้อนเก ฟันห่าง การสบฟันที่ผิดปกติ เป็นต้น ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการบดเคี้ยว อาจเป็นสาเหตุของภาวะท้องอืด ท้องเฟ้อเรื้อรัง ทั้งปัญหาโรคฟันและโรคเหงือกเนื่องจากเศษอาหารติดตามซอกฟันได้ง่าย ดังนั้นการรักษาฟันที่ดีที่สุดของปัญหาเหล่านี้คือ "การจัดฟัน" (พิชารัตน์ สมศิริ, ม.ป.ป.) ในวงการทันตกรรมมีกระแสนิยมการจัดฟันเพื่อความสวยงามจนกลายเป็นแฟชั่นของกลุ่มวัยรุ่น และการจัดฟันเพื่อให้ฟันเรียงตัวสวยที่คนไทยให้ความนิยมเพิ่มขึ้น และเปิดใจยอมรับกันอย่างกว้างขวาง (คมศักดิ์ โชคอำนวย, 2553)

จากการสุ่มสำรวจคลินิกทันตแพทย์ และโรงพยาบาลฟันในเขตกรุงเทพมหานครและหัวเมืองใหญ่พบว่า ตลาดจัดฟันมีอัตราเพิ่มขึ้นรวดเร็วสูงถึง 3 เท่าตัวเมื่อเทียบกับ 5 ปีก่อน (+300%) (สยามธุรกิจ, 2551)

การจัดฟันสามารถเริ่มจัดฟันได้ตั้งแต่อายุ 12-14 ปี เป็นช่วงที่ฟันแท้ขึ้นแทนฟันน้ำนม มีการเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของใบหน้า (กรมอนามัย, 2553) ในช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไปสามารถจัดฟันได้แต่เสี่ยงต่อโรคปริทันต์ ที่รุนแรงมากเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นกลุ่มที่เหมาะสมแก่การจัดฟันมากที่สุด คือ สกลุ่มวัยรุ่น หมายถึง กลุ่มของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 - 25 ปี โดยมีพฤติกรรมที่อยากรู้ อยากเห็น ชอบทดลอง รักความท้าทาย และมีพฤติกรรมเลียนแบบบุคคลต่างๆ ตามความพอใจของตน

จังหวัดระยองมีพื้นที่ในเขตเทศบาลนครระยองทั้งสิ้น 16.95 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็น 4 ตำบล คือ ตำบลท่าประดู่ ตำบลปากน้ำ ตำบลเนินพระ และตำบลเชิงเนิน โดยมีสถานบริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันจำนวนมากทำให้มีผู้มาใช้บริการในการทำทันตกรรมจัดฟันมากยิ่งขึ้น (สำนักงานสถิติจังหวัดระยอง, 2546)

สถานที่ให้บริการทันตกรรมจัดฟันในเขตเทศบาลนครระยองมีอยู่หลากหลายแห่ง เช่น คลินิก ฟ.ฟัน คลินิกบ้านหมอพัน ศูนย์ทันตกรรมจังหวัดระยอง เป็นต้น คลินิกทันตกรรมเหล่านี้มีความสำคัญในการให้บริการทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการคลินิก ทันตกรรมจัดฟันพยายามนำเสนอการบริการของตนเพื่อสร้างกลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพอใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

ดังนั้นผู้ประกอบการของคลินิกทันตกรรมจัดฟันต้องมีการพัฒนารูปแบบของส่วนประสมทางตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ศิริวุทธิ พงศกรรังศิลป์, 2547) การปรับปรุงการให้บริการนี้ ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจ เลือกใช้บริการง่ายขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มิ่งานวิจัยที่ใกล้เคียง ประกอบด้วย ปิโยรส ลีลาสิริวาลาศ (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคลินิก รักษาผิวพรรณในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ด้านพนักงานมากที่สุด ขณะที่ ภูสิต เพ็ญศิริ (2548) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกทันตกรรมของคนกรุงเทพฯ พบว่า เลือกสถานที่ที่เคยทำมาก่อน และมีแพทย์ที่หลากหลาย นอกจากนี้ บุปผวรรณ กองมณี (2541) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการตลาด

จากที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับคลินิกทันตกรรมจัดฟันที่เจาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นเป็นสำคัญ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ วัยรุ่นที่เคยใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันในเขตเทศบาลนครระยอง จำนวน 400 คน ซึ่งเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก ระหว่างวันที่ 1 – 8 มิถุนายน 2554 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำนวนรวม 40 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นข้อมูลแบบ Rating Scale ที่เป็นการให้ความสำคัญในปัจจัยแต่ละด้านโดยแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

การสร้างแบบสอบถามทำโดยปรับปรุงจากงานวิจัยของ ภูสิต เพ็ญศิริ (2548) และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด และการวิจัย จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้น จึงทำไปทดสอบกับวัยรุ่นที่เคยใช้บริการคลินิกจัดฟัน ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน จำนวน 30 คน และทดสอบความเที่ยง (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ ครอนบาค เท่ากับ 0.874 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปเก็บกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เมื่อได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ จากนั้น ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ของ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2548) ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลผลความคิดเห็นจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.50-3.49	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.49	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ด้านเพศ พบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.25 เพศชายมีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75

ด้านอายุ พบว่า อายุระหว่าง 16-18 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ช่วงที่ 2 มีอายุระหว่าง 19-21 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ช่วงที่ 3 มีอายุระหว่าง 22-24 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ด้านรายได้ต่อเดือน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 4,001 บาท จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 4,001-6,000 บาท จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,001-8,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 8,001-10,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ด้านอาชีพ พบว่าเป็นนักศึกษาจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 และเป็นนักเรียน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ระดับ ปวช/ปวส จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

2. พฤติกรรมการใช้บริการ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันส่วนใหญ่รู้จักคลินิกทันตกรรมจัดฟันจากครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมา รู้จักจากเพื่อนแนะนำ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รู้จักด้วยตนเอง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 รู้จักจากผู้ที่เคยรับบริการมาก่อน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 รู้จักจากการประชาสัมพันธ์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 รู้จักจากญาติพี่น้อง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 รู้จักจากเว็บไซต์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และรู้จักจากนิตยสาร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

เหตุผลในการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน พบว่า อันดับแรก คือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา คือ มีบริการให้คำปรึกษาที่ดี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ด้านความสะดวกของสถานที่ให้บริการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ด้านความทันสมัยของเทคโนโลยี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามคำแนะนำของเพื่อน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ด้านการให้โปรโมชั่นลด แลก แจก แถม จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ด้านความเหมาะสมของราคา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และความเร็วในการให้บริการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันเลือกใช้บริการแบ่งออกเป็น 4 ช่วงเวลา ช่วงที่ใช้บริการมากที่สุด คือ 9.00-12.00 น. จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมา คือ 12.01-15.00 น. จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ช่วงเวลาระหว่าง 15.01-18.00 น. จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และช่วงเวลาระหว่าง 18.01-21.00 น. จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00

วันที่เลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันเป็นประจำ พบว่า มากที่สุด คือ วันเสาร์ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา คือ วันอาทิตย์ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 วันศุกร์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 วันพุธ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 วันพฤหัสบดี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 วันอังคาร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และวันจันทร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ความถี่ในการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และใช้บริการ 2 ครั้งต่อ 1 เดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการทันตกรรมจัดฟันมากที่สุด คือ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ด้านโปรโมชั่น จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ด้านสถานที่

ให้บริการ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ด้านราคา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ด้านสิ่งแวดล้อม โดยรอบ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และด้านพนักงานให้บริการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

3. ส่วนประสมทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันในเขตเทศบาลนครระยอง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	0.74	มาก
ด้านพนักงาน	4.03	0.84	มาก
ด้านกระบวนการ	4.00	0.87	มาก
ด้านราคา	3.94	0.87	มาก
ด้านสถานที่	3.90	0.87	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.84	0.97	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.68	0.93	มาก

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตเทศบาลนครระยอง ซึ่งสรุปผลข้างต้น สามารถนำไปใช้อภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่ความแตกต่างกันตามทัศนคติของแต่ละบุคคล จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริทิพย์ วงศ์นาถ (2549)

ศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดการให้บริการคลินิกรักษาผิว พบว่า ผู้ใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-18 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 4,001 บาทต่อเดือน เป็นนักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

2. พฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมของกลุ่มวัยรุ่น ในเขตเทศบาลนครระยอง พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการคลินิกนี้มาก่อน โดยรับรู้มาจากครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิดา มัชฌิม (2553) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้บริการจัดฟันของประชาชนจากคลินิกทันตกรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า รู้จักคลินิกทันตกรรมจัดฟันจากคนในครอบครัว โดยมีเหตุผลในการเข้ารับบริการ คือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคอยให้บริการ วันที่เข้ารับบริการเป็นวันเสาร์ เวลา 12.01-15.00 น. มีความถี่ในการเข้ารับบริการเดือนละ 1 ครั้ง

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการทันตกรรมจัดฟันมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนเครื่องมือและอุปกรณ์ทันตแพทย์ที่มีความรู้และความชำนาญเฉพาะด้านในด้านของด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสำคัญของปัจจัยในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรีฬา พรธนาชัย (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกแพทย์ปริญาของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกแพทย์ปริญาของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ทั้งปัจจัยด้านคุณลักษณะของแพทย์ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของพนักงาน ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในคลินิก ปัจจัยด้านอัตราค่ารักษา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกแพทย์ปริญาในระดับมาก

สรุป

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 16-18 ปี รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 4,001 บาท ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา การศึกษาระดับปริญญาตรี

พฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักคลินิกทันตกรรมจัดฟันจากครอบครัว เหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน คือ มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันเลือกใช้บริการ มากที่สุด คือ 9.00-12.00 น. วันที่เลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันมากที่สุด คือ วันเสาร์ ความถี่ในการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน ส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการทันตกรรมจัดฟันมากที่สุด คือ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันในเขตเทศบาลนครระยอง ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรที่เข้าไปใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน พบว่าความแตกต่างในด้านข้อมูลส่วนบุคคลของประชากร ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ควรปรับปรุงรูปแบบกระบวนการให้บริการและความสอดคล้องกับผู้รับบริการที่ชัดเจน

2. จากผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน พบว่า ผู้รับบริการได้รู้จักคลินิกทันตกรรมจัดฟันจากบุคคลภายในครอบครัวเป็นหลัก และรองลงมาคือเพื่อน โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันแต่ละแห่งที่คำนึงถึงแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นหลักสำคัญ แพทย์ควรมีใบรับรองและมีประสบการณ์ในบริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน อย่างน้อย 1 ปีเป็นอย่างต่ำ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกมั่นใจในการรักษาแต่ละครั้ง

3. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตเทศบาลนครระยอง อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟันมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ผู้รับบริการจะให้ความสำคัญในเรื่อง วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้มีความทันสมัย มีความหลากหลาย เครื่องมือที่ใช้มีมาตรฐาน และความปลอดภัย โดยมีการปรับปรุงกระบวนการให้บริการเรื่องความเร็วในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการที่มากขึ้น ในขณะเดียวกันปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ มีการปรับปรุงเช่นเดียวกัน

4. จากผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมจัดฟัน พบว่า ผู้ประกอบการคลินิกทันตกรรมจัดฟันควรเพิ่มความปลอดภัยในการรักษาเรื่อง วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ให้อยู่ในมาตรฐาน และเพิ่มความเร็วในการรักษาไม่ให้ผู้รับบริการรอนาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และผู้รับบริการจะเกิดความยินดีในการใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมอนามัย (2553). การจัดฟัน. [4 ธันวาคม 2553] : ได้มาจาก http://www.anamai.moph.go.th/ewt_news.php.nid=1760.html
- นันทิดา มัชฌิม. (2553). การตัดสินใจใช้บริการจัดฟันของประชาชนจากคลินิกทันตกรรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- บุปผวรรณ กองมณี. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภค ในเขต อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปิโยรส สีลาสิริวาลาศ. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมาใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณใน เขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- พิชารัตน์ สมศิริ, ชวาล สมศิริ. (ม.ป.ป.). ศูนย์ทันตกรรมและข้อต่อขากรรไกร. ทันตกรรมจัดฟัน [ม.ป.ป.] : ได้มาจาก http://www.dental-tmd.com/atc.php?page=atc_tmd1.htm "
- ภูสิต เพ็ญศิริ. (2548). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการคลินิกทันตกรรมของคนกรุงเทพฯ : บริษัทนาโน เวิร์ช จำกัด ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ที่ออปพลิเคชัน
- สมศักดิ์ โชคอำนวย. (2553). สไตส์สบายเรื่องหมอๆ. แนวหน้า [15 กรกฎาคม 2553] : ได้มาจาก <http://www.ryt9.com/s/nnd/941754>
- สยามธุรกิจ (2551). 'สกินเน็กซ์' เขย่าตลาดยาสีฟัน. [6 มิถุนายน 2551] ฉบับที่ 1003 : ได้มาจาก http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php
- สิริทิพ วงศ์นาถ. (2549). ปัจจัยกำหนดการใช้บริการคลินิกรักษาผิว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานสถิติจังหวัดระยอง (2546). สภาพทั่วไปของจังหวัดระยอง. [ม.ป.ป.] : ได้มาจาก <http://rayong.nso.go.th/rayong/about..htm>
- อรรีรัฐา พรธนาชัย (2547). ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลินิกแพทย์ปริญาญาของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา