

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัด

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภค ในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรม ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ซึ่งประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรมด้วยตนเองหรือครอบครัว

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการทางทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการทันตกรรมเฉลี่ยปีละ 1 - 2 ครั้ง เคยรับบริการทันตกรรมโดยการอุดหินปูน รักษาโรคเหงือกมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามสะดวกไปพบทันตแพทย์ช่วงเย็นเวลา 17.01–20.00 น. ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์มากที่สุด ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานบริการทันตกรรมโดยมีคนแนะนำ เคยเปลี่ยนสถานบริการทันตกรรม 1-2 ครั้งมากที่สุด ความรู้สึกต่อการรับบริการทันตกรรมล่าสุด ส่วนใหญ่มีความรู้สึกตรงกับที่คาดหวัง เหตุผลที่เลือกใช้บริการทันตกรรมที่ผ่านมา คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง และเลือกใช้บริการจากคลินิกทันตกรรมมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือก  
สถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

ตาราง 74 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกสถานบริการทาง  
ทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็น  
อันดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ยรวม)	ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญสามลำดับแรก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.13 (มาก)	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) การรักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะสาขา (ค่าเฉลี่ย 4.17)
ปัจจัยด้านราคา	3.64 (มาก)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ป้ายแสดงค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ความสามารถในการแบ่งชำระค่าบริการเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 3.44)
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	3.68 (มาก)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความสามารถในการติดต่อสถานบริการได้หลาย ช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 3.48)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.38 (ปานกลาง)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.77) การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.58) การให้ส่วนลดพิเศษแก่คนไข้ที่รักษาประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.47)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.17 (มาก)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.31) อริยาศัยของทันตแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.26)
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	3.95 (มาก)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.10) การแจ้งข้อมูลการรักษาและค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความรวดเร็วในการรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.94)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.82 (มาก)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานบริการดูสบาย ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.86) สถานบริการมีภูมิสถาปัตยกรรมที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ คุณภาพเครื่องมือและอุปกรณ์ราคาสินค้า ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.24 และการรักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะสาขา มีค่าเฉลี่ย 4.17

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ อัตราค่ารักษา มีค่าเฉลี่ย 3.86 ป้ายแสดงค่าบริการที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.70 และ ความสามารถในการแบ่งชำระค่ารักษาเป็นงวดๆ มีค่าเฉลี่ย 3.44

**ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.16 ความสะดวกในการจอดรถ มีค่าเฉลี่ย 3.91 และความสามารถในการติดต่อสถานบริการได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.48

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด มีค่าเฉลี่ย 3.77 การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.58 และ การให้ส่วนลดพิเศษแก่คนไข้ที่รักษาประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.47

**ปัจจัยด้านบุคลากร** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา มีค่าเฉลี่ย 4.31 และอริยาสัยของทันตแพทย์ มีค่าเฉลี่ย 4.26

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแคกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกคือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษามีค่าเฉลี่ย 4.10 การแจ้งข้อมูลการรักษาและค่ารักษา มีค่าเฉลี่ย 3.97 และความเร็วในการรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.94

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขต บางแค กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือ ติ๊กอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.93 สถานบริการดูสบาย ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.86 และสถานบริการมีภูมิสถาปัตยกรรมที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.67

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะจากการใช้บริการทางทันตกรรม**  
ผลการศึกษาด้านข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บริการทางทันตกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากจากการใช้บริการทันตกรรมมาก 3 อันดับแรกได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 น้เวลาลำบาก จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 และความล่าช้าในการรอรับบริการ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาบางครั้ง 3 อันดับแรกได้แก่ ความล่าช้าในการรอรับบริการ จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 ที่จอดรถไม่สะดวก จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.0 และ ทันตแพทย์ใช้เวลารักษาแต่ละครั้งนานเกินไป จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.5 ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบปัญหา 3 อันดับแรกได้แก่ การให้บริการของพนักงานไม่ดี จำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 69 การรักษาไม่เป็นที่น่าพอใจ จำนวน 69 คิดเป็นร้อยละ 34.5 และ น้เวลาลำบาก จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.5

#### **ข้อเสนอแนะ**

- ควรเพิ่มบุคลากรทางการแพทย์ในสถานบริการของรัฐ
- ควรจัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยและอุปกรณ์ให้พร้อม
- ห้องรักษาควรไม่มีเสียงการรักษารบกวนข้างนอก
- การออกแบบคลินิก ควรคำนึงถึงผู้สูงอายุที่มาใช้บริการ
- ทันตแพทย์ควรใช้ภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจได้ง่ายและเป็นกันเอง
- ควรเอาผ้าปิดปากออกก่อนที่จะอธิบาย เพื่อให้ฟังเสียงได้ชัดเจน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการ เลือกสถาน  
บริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตาราง 75 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกสถานบริการทาง  
ทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็น  
ลำดับแรกจำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15)	คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.23)
ด้านราคา	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการ เดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.06)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกใน การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.21)
ด้านส่งเสริมการตลาด	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.79)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือน นัด (ค่าเฉลี่ย 3.61)
ด้านบุคลากร	ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบาย ขั้นตอนการรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.27)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.44)
ด้านกระบวนการบริการ	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.93)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.18)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	สถานบริการดูสบาย ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.27)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.10)

จากตาราง 75 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.23

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย และ เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อัตราค่าบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และ 3.90 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย และ เพศหญิง

ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.06 และ 4.21 ตามลำดับ

บัณฑิตด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย และ เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การติดตามคนไข้หรือโทรเตือนนัด มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ 3.61 ตามลำดับ

บัณฑิตด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันทแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา มีค่าเฉลี่ย 4.27 เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันทแพทย์มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.44

บัณฑิตด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย และ เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.93 และ 4.18 ตามลำดับ

บัณฑิตด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการดูสบาย ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.27 เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ศึกษาคูณาน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.10

ตาราง 76 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกจำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.20)	ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14)	ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38)	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.50)
ด้านราคา	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.75)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.13)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.07)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.30)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05)
ด้านส่งเสริมการตลาด	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.80)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.70)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.74)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.85)
ด้านบุคลากร	อริยาศัยของทันตแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.27)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23)	-ทันตแพทย์มีประสบการณ์ -ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา (ค่าเฉลี่ย เท่ากัน 4.49)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.40)
ด้านกระบวนการบริการ	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.07)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.09)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.19)	-การมีระบบเตือนก่อนถึงเวลานัด -การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย เท่ากัน 3.95)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.99)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.81)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.91)	สถานบริการดูสบายทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

จากตาราง 76 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.20 อายุ 31 – 40 ปี และ อายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.15 และ 4.38 ตามลำดับ ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.50

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และ อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อัตราการรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.85 3.75 3.94 และ 3.80 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และ อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.13 4.07 4.30 และ 4.05 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี อายุ 41 – 50 ปี และ อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การติดตามคนไข้หรือโทรเตือนนัด มีค่าเฉลี่ย 3.80 3.70 3.74 และ 3.85 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อธิษาศัยของทันตแพทย์ มีค่าเฉลี่ย 4.27 อายุ 31 – 40 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และ 4.40 ตามลำดับ อายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ และทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน 4.49

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี และอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษามีค่าเฉลี่ย 4.07 4.09 และ 4.19 ตามลำดับ อายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีระบบเตือนก่อนถึงเวลานัดและการมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษามีค่าเฉลี่ย 3.95

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 – 40 ปี และอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทัศนวิสัยการดูน้ำเชื้อคือ

สะอาด สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.99 3.81 และ 3.91 อายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิต  
 ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการดูแลสุขภาพ ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.00

ตาราง 77 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกสถานบริการทาง  
 ทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็น  
 ลำดับแรกจำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามสถานภาพสมรส		
	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.22)	-คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ -ความสะอาดของ บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.24)	-คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ -ความสะอาดของ บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.29)
ด้านราคา	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21)
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานบริการตั้งอยู่ใน ที่สะดวกในการ เดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.11)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่ สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.18)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่ สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.29)
ด้านส่งเสริมการตลาด	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.85)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.71)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.64)
ด้านบุคลากร	อริยาศัยของ ทันตแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.30)	ทันตแพทย์มี ประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.39)	ทันตแพทย์มี ประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.50)
ด้านกระบวนการบริการ	การมีทันตแพทย์พร้อม ให้การรักษ (ค่าเฉลี่ย 4.05)	การมีทันตแพทย์พร้อม ให้การรักษ (ค่าเฉลี่ย 4.13)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้ การรักษ (ค่าเฉลี่ย 4.14)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.97)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.87)	สถานบริการดูแลสุขภาพ ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.14)

จากตาราง 77 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส และ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ลำดับแรก คือคุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ และ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และ 4.29 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด สมรส และ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อัตราค่าบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.80 3.85 และ 4.21 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด สมรส และ หย่า ร้าง/แยกกันอยู่ ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่ สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.11 4.18 และ 4.29 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด สมรส และ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การติดตามคนไข้หรือโทรเตือน นัด มีค่าเฉลี่ย 3.85 3.71 และ 3.64 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทัศนคติของทันตแพทย์ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพ สมรส และหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทัศนคติที่มี ประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.39 และ 4.50 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด สมรส และ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การ รักษา มีค่าเฉลี่ย 4.05 4.13 และ 4.14 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโสด และสมรส ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทัศนคติของเจ้าหน้าที่ สะอาด สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.97 และ 3.87 ผู้ตอบแบบสอบถามที่หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ให้ ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ลำดับแรก คือ สถานบริการดูสบาย ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.14

ตาราง 78 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10)	ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37)	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.52)
ด้านราคา	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12)
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.95)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.29)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.64)
ด้านส่งเสริมการตลาด	การได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.95)	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.89)	การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.64)
ด้านบุคลากร	ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.95)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.64)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.68)
ด้านกระบวนการบริการ	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษ (ค่าเฉลี่ย 3.97)	การแจ้งข้อมูลการรักษาและค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20)	-ระยะเวลาในการรอรับบริการ -การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษ (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.40)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.78)	สถานบริการดูสบายทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.91)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.03)

จากตาราง 78 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ และ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.37 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือคุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ และ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.52

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อัตราการรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.68 4.03 และ 4.12 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.95 4.29 และ 4.64 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การติดตามคนไข้หรือโทรเตือนนัด มีค่าเฉลี่ย 3.66 3.89 และ 3.88 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์ให้คำแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 4.09 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.64 และ 4.68 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.97 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา มีค่าเฉลี่ย 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ระยะเวลาในการรอรับบริการ และ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา มีค่าเฉลี่ย 4.40

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทัศนียภาพที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.78 และ 4.06 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการดูสบาย ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.04

ตาราง 79 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามอาชีพ				
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทฯ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	ผู้ประกอบการอิสระ/ธุรกิจ
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของเครื่องมือ และ อุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11)	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.32)	-การรักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะสาขา -ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.34)	ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96)	-คุณภาพของเครื่องมือ และ อุปกรณ์ต่างๆ -ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.26)
ด้านราคา	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78)
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.21)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.21)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.78)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20)
ด้านส่งเสริมการตลาด	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.88)	-การได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น -การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.74)	การได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.76)	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.78)	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.70)
ด้านบุคลากร	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27)	ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.52)	-ทันตแพทย์มีประสบการณ์ -อริยาวัตรของทันตแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.34)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.26)
ด้านกระบวนการบริการ	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.08)	-การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา -การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอยเพื่อรับบริการ -การแจ้งข้อมูลการรักษาและค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.10)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.04)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.28)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.96)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.86)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.86)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.93)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.98)

จากตาราง 79 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนและพนักงานบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.29 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การรักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะสาขา และความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.34 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ผู้ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ และ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.26

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน พนักงานบริษัทฯ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อัตราค่าบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 3.86 3.93 และ 3.78 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน พนักงานบริษัทฯ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 4.21 4.20 และ 4.21 ตามลำดับ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ความสะดวกในการจอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.40

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด มีค่าเฉลี่ย 3.88 3.78 และ 3.70 ตามลำดับ พนักงานบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น และ การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด มีค่าเฉลี่ย 3.74 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.74

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.27 4.09 และ 4.50 ตามลำดับ พนักงานบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทัศนคติของทันตแพทย์ มีค่าเฉลี่ย 4.36 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.34

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และผู้ประกอบอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยย่อย

ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา มีค่าเฉลี่ย 4.02 4.10 4.04 และ 4.28 พนักงานบริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอยเพื่อรับบริการ และการแจ้งข้อมูลการรักษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.96

บัณฑิตด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ดีกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.96 3.86 3.93 และ 3.98

ตาราง 80 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกจำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยจำแนกตามรายได้			
	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 60,000 บาท	มากกว่า 60,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11)	คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.27)	-คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ -ความสะดวกของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43)	ความสะดวกของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.67)
ด้านราคา	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)	อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13)	-อัตราค่าบริการ -ป้ายแสดงค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00)
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.98)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.33)	สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.48)	ความสะดวกในการจอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.37)
ด้านส่งเสริมการตลาด	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.66)	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.78)	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 3.74)	การติดตามคนไข้หรือ โทรเตือนนัด (ค่าเฉลี่ย 4.21)
ด้านบุคลากร	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.66)	ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.49)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.57)	ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.71)
ด้านกระบวนการบริการ	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.96)	การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.14)	-ระยะเวลาในการรอรับบริการ -การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.35)	-ระยะเวลาในการรอรับบริการ -การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.33)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.89)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.88)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.00)	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.08)

จากตาราง 5.7 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.11 และ 4.27 รายได้ 30,001 – 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ คุณภาพของเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ และ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.43 รายได้มากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.54

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อัตราการรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.79 3.80 4.13 และ 4.00 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.98 4.33 4.48 และ 4.25 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การติดตามคนไข้หรือโทรเตือนนัด มีค่าเฉลี่ย 3.66 3.78 3.74 และ 4.21 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ อธิษาศัยของทันตแพทย์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 รายได้ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา มีค่าเฉลี่ย 4.53 รายได้ 30,001 – 60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.57 และ 4.71 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษามีค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.95 ตามลำดับ รายได้ 30,001 – 60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ระยะเวลาในการรอรับบริการ และการมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษามีค่าเฉลี่ย 4.33

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ แบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 30,000 บาท 30,001 – 60,000 บาท และมากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.89 3.88 4.00 และ 4.08

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปรายผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ และความสะอาดของบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสิริวิชญ์ บริพันธ์กุล (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากเป็นลำดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของบริการ และสอดคล้องกับการศึกษาของ นุปผวรรณ กองมณี (2541) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือความสะอาดของบริการ เนื่องจากบริการทางทันตกรรมเน้นบริการทางการแพทย์ จึงต้องเน้นเรื่องความสะอาดของการให้บริการอย่างมาก แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญธรณ์ สุภธนาทรัพย์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การรักษาที่ได้ผลอย่างรวดเร็ว อาจเนื่องมาจากลักษณะการรักษาที่แตกต่างกัน โดยคลินิกทันตกรรม

นั้น ความสามารถในการรักษาให้ได้รวดเร็วจะสำคัญกว่าคลินิกทันตกรรมที่การรักษาบางอย่างต้องใช้  
เวลาเช่น โรคเหงือก รักษารากฟัน  
เป็นต้น

**ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ใน  
ระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเป็น  
ลำดับแรก คือ อัตราค่ารักษา ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นุปพวรรณ กองมณี (2541) ที่ศึกษา  
เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ใน  
ระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ อัตราค่า  
รักษาพยาบาล ในขณะที่การศึกษาของ สิริวิชญ์ บริพันธ์กุล (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสม  
ทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม  
ในระดับมาก ใน ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ  
ค่าบริการเหมาะสม และการศึกษาของธัญธรรณ์ สุภรนาทรัพย์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภคในอำเภอ  
เมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปาน  
กลาง และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ ราคามีความเหมาะสมกับยา  
และการรักษา

**ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้  
ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มี  
ค่าเฉลี่ยในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ สถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้อง  
กับการศึกษาของ ธัญธรรณ์ สุภรนาทรัพย์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ  
การตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครปฐม ผล  
การศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายให้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ใน  
ระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ สถานที่จำหน่ายใกล้บ้าน/  
ใกล้ที่ทำงาน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริวิชญ์ บริพันธ์กุล (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอ  
เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้  
ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก  
คือ ความสะอาด และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นุปพวรรณ กองมณี (2541) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ สถานบริการเปิดบริการวันหยุด วันเสาร์และอาทิตย์ อาจเป็นเพราะแต่ก่อนคือ 10 กว่าปีที่ผ่านมา สถานบริการมากแห่ง ไม่ได้เปิดให้บริการในวันหยุดหรือวันเสาร์และอาทิตย์ ปัจจัยข้อนี้จึงมีอยู่และให้ความสำคัญมากเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากเป็นลำดับแรกคือ การติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุปผวรรณ กองมณี (2541) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ การมีบริการตรวจสอบสุขภาพช่องปากและการให้คำแนะนำฟรี และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญธรณ์ สุภรนาทรัพย์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกทันตกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ การมีส่วนลดพิเศษ/ของแถมในเทศกาลต่างๆ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริวิชญ์ บริพันธ์กุล (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ การได้รับคำแนะนำให้ มาจากเพื่อน คนรู้จัก ทั้งนี้เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน ชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการทางทันตกรรม ต้องการได้รับคำแนะนำมากกว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งคุ้นเคยและรู้จักสถานบริการทางทันตกรรมเป็นอย่างดี

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก ได้แก่ ทันตแพทย์มีประสบการณ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุปผวรรณ กองมณี (2541) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ อรรถศาสตร์ไมตรีของทันตแพทย์ เช่นการพุดจา การเอาใจใส่ เนื่องจากแต่ก่อนคือ 10 กว่าปีที่ผ่านมา มีทันตแพทย์ที่ได้รับการอบรมในสาขาต่างๆไม่มากเหมือนในปัจจุบัน ที่มีจำนวนทันตแพทย์เฉพาะสาขาและมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นอย่างมาก ผู้บริ โภคจึงเห็นความสำคัญของปัจจัยด้านนี้เป็นลำดับแรกและไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริวิชญ์ บริพันธ์กุล (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชชธรณ์ สุภธนาทรัพย์ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ พนักงานมีความชำนาญในการใช้เครื่องมือต่างๆ

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษ่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชชธรณ์ สุภธนาทรัพย์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ไม่ต้องรอรับบริการนาน และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริวิชญ์ บริพันธ์กุล (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือการให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ นอกจากนี้ ยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ นุพัพวรรณ กองมณี (2541) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความถูกต้องและปลอดภัยในกระบวนการรักษา

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชชธรณ์ สุภชนาทรัพย์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ อุปกรณ์การรักษาสะอาด ทันสมัย และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริวิษณุ บริพันธ์กุล (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรกคือ ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ

#### ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มาใช้บริการทันตกรรมโดยเฉลี่ยเพียง ปีละ 1 - 2 ครั้ง ซึ่งสะท้อนถึงการขาดความเอาใจใส่ในทันตสุขภาพโดยบริการทันตกรรมที่ใช้มากที่สุดคือ ขูดหินปูน รักษาโรคเหงือก และสะดวกพบทันตแพทย์ในวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ช่วงเย็น เวลา 17.01 – 20.00 น. เนื่องจากเป็นเวลาที่เลิกเรียนและเลิกงานแล้ว

2. โดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 5 อันดับแรกได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ทันตแพทย์มีประสบการณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34)

อันดับที่ 2 ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.31)

อันดับที่ 3 อธิบายของทันตแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.26)

อันดับที่ 4 คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ และ ความสะอาดของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24)

อันดับที่ 5 การรักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะสาขา (ค่าเฉลี่ย 4.17)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในปัจจัยด้านบุคลากรมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ เป็นอันดับแรก ๆ ถึง 3 อันดับ เนื่องจาก การรักษาทางทันตกรรมเป็นการ

ให้บริการที่ผลการรักษาขึ้นอยู่กับทันตแพทย์เป็นหลัก ดังนั้น ผู้บริโภคจึงคำนึงถึงปัจจัยด้านบุคลากรมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และยังพบอีกว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์ เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริโภคคิดว่าการโฆษณาผ่านสื่อ ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับผลการรักษาที่ดีทางทันตกรรมมากนัก ผู้บริโภคคำนึงถึงผลการรักษามากกว่าอย่างอื่น

3. เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญกับ อวัยวะของทันตแพทย์มากกว่ากลุ่มอื่น และ กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญกับทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษามากกว่ากลุ่มอื่น

4. เมื่อจำแนกระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษามากกว่ากลุ่มอื่น อาจจะเป็นเนื่องจากกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาจไม่ทราบวิธีการรักษาทางทันตกรรมต่างๆ จึงต้องการคำอธิบายให้เข้าใจ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับการแจ้งข้อมูลการรักษาและค่ารักษามากกว่ากลุ่มอื่น และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการรอรับบริการมากกว่ากลุ่มอื่น

5. เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับการได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา การแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอยเพื่อรับบริการ การแจ้งข้อมูลการรักษาและค่ารักษามากกว่ากลุ่มอื่น และกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ให้ความสำคัญกับอวัยวะของทันตแพทย์มากกว่ากลุ่มอื่น

6. เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษามากกว่ากลุ่มอื่น กลุ่มรายได้ 30,001 – 60,000 บาทและมากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการรอรับบริการมากกว่ากลุ่มอื่น และ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับ ความสะดวกในการจองรถมากกว่ากลุ่มอื่น

### ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาจากข้อมูลทั่วไป ข้อมูลการใช้บริการทางทันตกรรม ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีและข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารสถานบริการทางทันตกรรม ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลของสถานบริการ คนไข้ที่มารับบริการ สถานบริการใกล้เคียง สภาพเศรษฐกิจ และข้อมูล

ด้านอื่นๆ ที่จำเป็นหรือเกี่ยวข้องกับสถานบริการทันตกรรมบริการ วิเคราะห์ข้อมูลด้านต่างๆ เพื่อการวางแผน การปรับปรุงกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มารับบริการ สร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน และเพื่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อทันตแพทย์มีประสบการณ์ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ทันตแพทย์ให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษา ดังนั้นสถานบริการทันตกรรมจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด โดยการจัดหาทันตแพทย์ที่มีประสบการณ์เป็นสำคัญ เน้นให้ทันตแพทย์มีอรรถศาสตร์โดยเฉพาะในกลุ่มโรค กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และกลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เน้นการให้คำแนะนำและอธิบายขั้นตอนการรักษาแก่ผู้มารับบริการ โดยเฉพาะในกลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความสะอาดของบริการ และ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือการรักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะสาขา ดังนั้น สถานบริการทันตกรรมควรพิจารณาอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการทำ ความสะอาดเครื่องมือให้ปราศจากเชื้ออย่างมีประสิทธิภาพ และควรเตรียมให้มีทันตแพทย์เฉพาะสาขา เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการมีทันตแพทย์พร้อมให้การรักษาเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ การแจ้งข้อมูลการรักษาและค่ารักษา ดังนั้น สถานบริการทันตกรรมควรจัดให้มีทันตแพทย์ประจำสถานบริการและสามารถให้บริการได้ตลอดเวลาที่เปิดทำการ แจ้งข้อมูลการรักษาและค่ารักษา โดยเฉพาะกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี กลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระบบเตือนนัดก่อนถึงเวลานัด โดยเฉพาะในกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีการแจ้งล่วงหน้าถึงระยะเวลาที่ต้องรอคอยเพื่อรอรับบริการหากต้องรอนานเกิน 20 นาที โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานบริษัทฯ พ่อบ้าน/แม่บ้าน และผู้

ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจ ควรมีการจัดการที่ดีเพื่อให้มีระยะเวลาให้บริการไม่นาน โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ กลุ่มรายได้ 30,001 -60,000 บาท และ มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป และควรทำให้เกิดความรวดเร็วในการรักษาโดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ สะอาด สวยงาม ดังนั้น สถานบริการควรให้ความสำคัญกับตึกอาคารที่สถานบริการตั้งอยู่ คอยดูแลให้มีความสะอาด สวยงาม มีการตกแต่งให้สถานบริการดูสบาย ทันสมัย

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อสถานบริการตั้งอยู่ในที่สะดวกในการเดินทางเป็นอันดับแรก รองลงมาคือความสะดวกในการจอดรถ ดังนั้น สถานบริการทันตกรรม ควรตั้งอยู่ในทำเลที่มีการเดินทางสะดวก หาได้ง่าย และมีความสะดวกในการจอดรถ

#### **ปัจจัยด้านราคา**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ออัตราค่ารักษาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ดังนั้น สถานบริการทันตกรรมจึงควรกำหนดราคาค่าบริการให้เหมาะสมและมีมาตรฐาน ตรวจสอบราคาค่าบริการของกลุ่มผู้ประกอบการพิจารณา มีป้ายแสดงค่าบริการที่ชัดเจน

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการติดตามคนไข้ หรือ โทรเตือนนัดเป็นอันดับแรก ดังนั้น สถานบริการจึงควรให้เจ้าหน้าที่มีการติดตามคนไข้ที่ได้ทำการรักษาเสร็จสมบูรณ์แล้ว กลับมาตรวจเช็คสุขภาพช่องปากซ้ำทุกๆ 6 เดือน มีการโทรเตือนนัด ในระหว่างที่มีการนัดมาทำการรักษาต่อเนื่อง

**ข้อจำกัด**

การศึกษาครั้งนี้ พบว่าข้อมูลส่วนใหญ่ได้มาจากกลุ่มที่มีอายุน้อยและรายได้ต่ำ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก และกลุ่มที่มีรายได้สูง ซึ่งปกติมีจำนวนน้อยอยู่แล้ว ร่วมกับการไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จึงทำให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มนี้น้อยไปด้วย

ดังนั้น การนำผลการศึกษานี้เพื่อไปใช้อ้างอิง จึงควรใช้ด้วยความระมัดระวัง และเพื่อให้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการวางแผนหาวิธีการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น