

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ห้องปฏิบัติการ  
ทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้ คือ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด  
บริการ (Service Marketing Mix) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านหลักฐานทางกายภาพ

ระเบียบวิธีการศึกษาในครั้งนี้ใช้กลุ่มประชากรคือคลินิกทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัด  
เชียงใหม่ จำนวน 57 แห่ง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม  
ข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัย  
ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมและ  
ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและค่าสถิติ  
ต่าง ๆ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษานี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี  
อยู่ในสาขาทันตกรรมทั่วไป มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี เป็นเจ้าของคลินิก  
ทันตกรรมและเป็นทันตแพทย์เต็มเวลา รักษาผู้ป่วยเฉลี่ย 50-100 คนต่อเดือน ใช้บริการห้องปฏิบัติ  
ทันตกรรม 2-3 แห่ง ส่งงานให้ห้องปฏิบัติการทันตกรรม 10-20 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ทันตแพทย์  
ตัดสินใจเลือกใช้ห้องปฏิบัติการทันตกรรมด้วยตัวเองและให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาก  
ที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 77.20 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมมากที่สุด คือ  
ความล่าช้าในการรับ-ส่งงาน รองลงมาได้แก่ ความไม่มีมาตรฐานในการทำงานและความผิดพลาด  
จากการส่งงาน ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการ  
ทันตกรรม มีความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ  
ปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและ  
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณท์

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณท์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 โดยให้ความสำคัญในอันดับแรกคือ ซึ้นงานมีความเรียบร้อย สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมาคือ วัสดุที่ดีมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.56และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของห้องปฏิบัติการทันตกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.35

เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายและหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ซึ้นงานมีความเรียบร้อย สวยงาม

เมื่อพิจารณาตามสาขาเฉพาะทางจะพบว่า สาขาทันตกรรมทั่วไป สาขาทันตกรรมประดิษฐ์ สาขาทันตกรรมบูรณะ ทันตกรรมจัดฟันและสาขาอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ซึ้นงานมีความเรียบร้อย สวยงาม ส่วนสาขาศัลยศาสตร์ช่องปาก เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ วัสดุที่ดีมีคุณภาพและมีการรับประกันตัวผลิตภัณท์

เมื่อพิจารณาตามประสบการณ์ในการทำงานจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของห้องปฏิบัติการทันตกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-4 ปี เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือมีการรับประกันตัวผลิตภัณท์ วัสดุที่ดีมีคุณภาพและซึ้นงานมีความเรียบร้อย สวยงาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 5-6 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของห้องปฏิบัติการทันตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณท์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 7-8 ปี 9-10 ปีและมากกว่า 10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ซึ้นงานมีความเรียบร้อย สวยงาม

เมื่อพิจารณาตามสถานะ จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ซึ้นงานมีความเรียบร้อย สวยงาม ส่วนผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ซึ้นงานมีความเรียบร้อย สวยงามและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของห้องปฏิบัติการ

## 2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 โดยให้ความสำคัญในอันดับแรกคือ ค่าวัสดุชิ้นงานมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาคือ ค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับฝีมือมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.02 และระดับราคาไม่แตกต่างกันในงานชนิดเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 3.70

เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายและหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือค่าวัสดุชิ้นงานมีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามสาขาเฉพาะทางจะพบว่า สาขาทันตกรรมทั่วไป สาขาทันตกรรมประดิษฐ์ สาขาทันตกรรมบูรณะ สาขาศัลยกรรมช่องปาก ทันตกรรมจัดฟันและสาขาอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ค่าวัสดุชิ้นงานมีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามประสบการณ์ในการทำงานจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปีและมากกว่า 10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับฝีมือมีความเหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-4 ปี และ 9-10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับฝีมือมีความเหมาะสม ค่าวัสดุชิ้นงานมีความเหมาะสมและระดับราคาไม่แตกต่างกันในงานชนิดเดียวกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 5-6 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ค่าวัสดุชิ้นงานมีความเหมาะสมและมีการให้เครดิต ส่วนลด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 7-8 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับฝีมือมีความเหมาะสมและค่าวัสดุชิ้นงานมีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาตามสถานะ จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของคลินิกและไม่ได้เป็นเจ้าของคลินิกเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ค่าวัสดุชิ้นงานมีความเหมาะสม

## 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.47 โดยให้ความสำคัญในอันดับแรกคือ รับงานและส่งงาน รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ สามารถติดต่อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.46และมีห้องปฏิบัติการอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.35

เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายและหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับงานและส่งงาน รวดเร็ว

เมื่อพิจารณาตามสาขาเฉพาะทางจะพบว่า สาขาทันตกรรมทั่วไป เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับงานและส่งงานรวดเร็ว สาขาทันตกรรมประดิษฐ์และสาขาทันตกรรมจัดฟันเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด มีห้องปฏิบัติการอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ สาขาทันตกรรมบูรณะและสาขาศัลยศาสตร์ช่องปากเห็นว่าทุกปัจจัยมีอิทธิพลมากที่สุดเท่ากัน ส่วนสาขาอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ สามารถติดต่อได้สะดวกและรับงานและส่งงาน รวดเร็ว

เมื่อพิจารณาตามประสบการณ์ในการทำงานจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปี 5-6 ปีและมากกว่า 10 ปี เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือรับงานและส่งงานรวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-4 ปี 9-10 ปี เห็นว่าทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดเท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 7-8 ปี เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ มีห้องปฏิบัติการอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาตามสถานะ จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับงานและส่งงาน รวดเร็ว ส่วนผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับงานและส่งงาน รวดเร็วและมีห้องปฏิบัติการอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

#### 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 โดยให้ความสำคัญในอันดับแรกคือ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ การแนะนำต่อของทันตแพทย์ด้วยกัน มีค่าเฉลี่ย 3.37 และมีเจ้าหน้าที่การตลาดไปให้ข้อมูลกับทันตแพทย์ 3.12

เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายและหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

เมื่อพิจารณาตามสาขาเฉพาะทางจะพบว่า สาขาทันตกรรมทั่วไป สาขาทันตกรรมประดิษฐ์ทันตกรรมจัดฟันและสาขาอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สาขาทันตกรรมบูรณะ เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การแนะนำต่อของทันตแพทย์ด้วยกัน ส่วนสาขาศัลยศาสตร์ช่องปาก เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆและมีเจ้าหน้าที่การตลาดไปให้ข้อมูลกับทันตแพทย์

เมื่อพิจารณาตามประสบการณ์ในการทำงานจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปี 3-4 ปี 7-8 ปี 9-10 ปีและมากกว่า 10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 5-6 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ และการแนะนำต่อของทันตแพทย์ด้วยกัน

เมื่อพิจารณาตามสถานะ จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของคลินิกและไม่เป็นเจ้าของคลินิกเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

##### 5. ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.45 โดยให้ความสำคัญในอันดับแรกคือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมาคือ พนักงานเข้าใจในความต้องการของทันตแพทย์ มีค่าเฉลี่ย 4.61และความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 4.56

เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ส่วนเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ พนักงานเข้าใจในความต้องการของทันตแพทย์

เมื่อพิจารณาตามสาขาเฉพาะทางจะพบว่า สาขาทันตกรรมทั่วไปและสาขาทันตกรรมบูรณะเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ พนักงานเข้าใจในความต้องการของทันตแพทย์ สาขาทันตกรรมประดิษฐ์เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการของทันตแพทย์และสร้างความน่าเชื่อถือและมั่นใจในบริการ สาขาศัลยกรรมช่องปาก เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่และความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สาขาทันตกรรมจัดฟันเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับฟังข้อเสนอแนะของทันตแพทย์



เมื่อพิจารณาตามประสบการณ์ในการทำงานจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการของทันตแพทย์ สร้างความน่าเชื่อถือและมั่นใจในบริการและรับฟังข้อเสนอแนะของทันตแพทย์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-4 ปี เห็นว่าทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดเท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 5-6 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ พนักงานเข้าใจในความต้องการของทันตแพทย์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 7-8 ปี เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และความรู้ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 9-10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการของทันตแพทย์ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่และความรู้ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่

เมื่อพิจารณาตามสถานะ จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ส่วนผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความรู้ ความชำนาญของเจ้าหน้าที่

## 6. ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 โดยให้ความสำคัญในอันดับแรกคือ ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ มีนามบัตร แผ่นพับ โบรชัวร์ มีค่าเฉลี่ย 2.77 และสถานที่สวยงาม สะอาด สบาย

เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายและหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์

เมื่อพิจารณาตามสาขาเฉพาะทางจะพบว่า ทุกสาขาเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์

เมื่อพิจารณาตามประสบการณ์ในการทำงานจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์

เมื่อพิจารณาตามสถานะ จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของคลินิกและไม่เป็นเจ้าของคลินิกเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์

## 7. ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 โดยให้ความสำคัญในอันดับแรกคือ รับประทานและส่งงานตรงเวลา สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมาคือ ชี้นำงานถูกต้องตามใบสั่งงาน มีค่าเฉลี่ย 4.74 และทุกชิ้นงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้รับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ย 4.60

เมื่อพิจารณาตามเพศจะพบว่า เพศชายและหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับประทานและส่งงานตรงเวลา สม่ำเสมอ

เมื่อพิจารณาตามสาขาเฉพาะทางจะพบว่า ทุกสาขาเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับประทานและส่งงานตรงเวลา สม่ำเสมอ

เมื่อพิจารณาตามประสบการณ์ในการทำงานจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับประทานและส่งงานตรงเวลา สม่ำเสมอ ทุกชิ้นงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้รับผิดชอบ ชี้นำงานถูกต้องตามใบสั่งงานและความถูกต้องแม่นยำตามขั้นตอนการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-4 ปีเห็นว่าทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดเท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 5-6 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับประทานและส่งงานตรงเวลา สม่ำเสมอ ชี้นำงานถูกต้องตามใบสั่งงานและรับประทานและส่งงานถูกต้อง(ชี้นำงาน ผู้ป่วยและคลินิก) ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 7-8 ปี เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ทุกชิ้นงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้รับผิดชอบและชี้นำงานถูกต้องตามใบสั่งงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 9-10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ชี้นำงานถูกต้องตามใบสั่งงานและระยะเวลาในการผลิตชิ้นงานส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 10 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับประทานและส่งงานตรงเวลา สม่ำเสมอ

เมื่อพิจารณาตามสถานะ จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รับประทานและส่งงานตรงเวลา สม่ำเสมอ ส่วนผู้ที่ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ชี้นำงานถูกต้องตามใบสั่งงาน

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดจากการใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมคือ ความล่าช้าในการรับ-ส่งงาน รองลงมาคือ ปัญหาความผิดพลาดจากการส่งงานและพนักงานขาดความตั้งใจในการทำงาน

## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาดำเนินการตามแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องปฏิบัติการทันตกรรมของคลินิกทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีลำดับความสำคัญสูงสุดที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix หรือ 7Ps) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจสูงสุดแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษาของ นุปรพรรณ กองมณี เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทันตกรรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านบุคคลเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านราคา ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่สอดคล้อง ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคาแตกต่างกันโดยการศึกษาครั้งนี้พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากซึ่งต่างจากของ นุปรพรรณ กองมณี ที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากทันตแพทย์ไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายโดยตรง ผู้ป่วยเป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง สำหรับปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพเช่นสถานที่บริการหรือสถานที่จอดรถที่แตกต่างกันเนื่องจากผู้ป่วยต้องมารับบริการที่คลินิกทันตกรรมเองส่วนทันตแพทย์ไม่ต้องไปใช้บริการที่ห้องปฏิบัติการทันตกรรมสามารถให้เจ้าหน้าที่มารับและส่งงานถึงคลินิกโดยตรง จึงทำให้ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพมีความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยอื่น ๆ สำหรับทันตแพทย์



## ข้อค้นพบ

จากผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า

### ด้านผลิตภัณฑ์

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ ได้รับมาตรฐาน ISO

### ด้านราคา

1. ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ มีการให้เครดิต ส่วนลด

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ทันตแพทย์สาขาทันตกรรมจัดฟันเห็นว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย คือ การให้เครดิตส่วนลด

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ มีการประชาสัมพันธ์ ในสื่อต่างๆ
2. ทันตแพทย์สาขาทันตกรรมบูรณะและทันตกรรมจัดฟันเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย คือ มีเจ้าหน้าที่การตลาดไปให้ข้อมูลกับทันตแพทย์
3. ประสบการณ์ในการทำงาน 9-10 ปีเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย คือ มีเจ้าหน้าที่การตลาดไปให้ข้อมูลกับทันตแพทย์

### ด้านหลักฐานทางกายภาพ

1. ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด คือ มีสถานที่จอดรถ เพียงพอและสะดวกสบาย
2. ทันตแพทย์สาขาทันตกรรมประดิษฐ์และทันตกรรมจัดฟันเห็นว่าปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย สถานที่สวยงามสะดวกสบายและมีนามบัตร แผ่นพับ โบรชัวร์
3. ประสบการณ์ในการทำงาน 1-2 ปีและ 5-6 ปีเห็นว่าปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย คือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบายและสถานที่สวยงาม
4. ไม่ใช่เจ้าของคลินิกเห็นว่าปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย คือ สถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย

### ด้านอื่นๆ

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ
6. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ห้องปฏิบัติการน้อยที่สุด คือ ทันตแพทย์เจ้าของคลินิก

## ข้อเสนอแนะ

### ด้านผลิตภัณฑ์

ห้องปฏิบัติการทันตกรรมควรเลือกใช้วัสดุที่ดีมีคุณภาพเพื่อให้ชิ้นงานที่ได้มีความเรียบร้อย สวยงาม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สร้างความชำนาญและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากห้องปฏิบัติการอื่น ๆ ผลิตชิ้นงานตรงตามความต้องการของทันตแพทย์และผู้ป่วยทุกรูปแบบ สีและลักษณะของผลิตภัณฑ์ มีการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ป่วย

### ด้านราคา

ห้องปฏิบัติการทันตกรรมควรจัดทำราคาค่าวัสดุให้เป็นมาตรฐานง่ายต่อการคำนวณของทันตแพทย์เพื่อประเมินค่าใช้จ่ายเบื้องต้นให้กับผู้ป่วย ค่าบริการควรเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกคลินิก งานชนิดเดียวกันควรมีราคาเดียวกันหรือกำหนดเป็นมาตรฐานช่วงราคาและใช้วัสดุเท่าที่จำเป็นต่อการผลิตชิ้นงาน

ห้องปฏิบัติการทันตกรรมไม่จำเป็นต้องให้เครดิตหรือส่วนลดการค้าแก่คลินิกในอัตราที่สูงมากนัก

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ห้องปฏิบัติการทันตกรรมควรเน้นในเรื่องการรับงานและส่งงานที่รวดเร็วทันเวลามีเจ้าหน้าที่รับงานและส่งงานให้เพียงพอกับจำนวนคลินิกที่ใช้บริการเพื่อความรวดเร็วและสามารถติดต่อได้สะดวกทั้งที่ห้องปฏิบัติการและเจ้าหน้าที่โดยตรง

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ห้องปฏิบัติการทันตกรรมควรมีการให้ความรู้หรือแนะนำเกี่ยวผลิตภัณฑ์ใหม่หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้ทันตแพทย์ได้ทดลองใช้และแนะนำต่อกับผู้ป่วย อาจมีเจ้าหน้าที่การตลาดคอยไปให้ข้อมูลกับทันตแพทย์และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับทันตแพทย์เพราะจะมีการแนะนำต่อให้กับทันตแพทย์ท่านอื่น ๆ ในการใช้บริการ

ห้องปฏิบัติการทันตกรรมไม่มีความจำเป็นในการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เช่นนิตยสารหรือวารสารทางการแพทย์เพราะทันตแพทย์ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีเวลาในการติดตามข่าวสาร ควรจัดทำเป็นแผ่นพับส่งไปยังคลินิกต่างๆ โดยตรง

### ด้านบุคคล

ห้องปฏิบัติการทันตกรรมควรให้ความสำคัญในการอบรมและพัฒนาบุคคลให้มีคุณภาพ มีความแม่นยำในการให้บริการ มีความรู้ ความชำนาญในงานหรือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายสร้างความเชื่อถือและเชื่อมั่นในการใช้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ เน้นให้พนักงานสื่อสารกับทันตแพทย์และรับฟังข้อเสนอแนะของทันตแพทย์ให้มากเพื่อความเข้าใจในการผลิตชิ้นงานตรงตามความต้องการของทันตแพทย์และผู้ป่วย ตลอดจนความเอาใจใส่ในงานและอัธยาศัย ภิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ในการติดต่อกับบุคคลภายนอก

### ด้านกระบวนการ

ห้องปฏิบัติการควรให้ความสำคัญต่อการรับงานและส่งงานตรงเวลาอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเวลาของทันตแพทย์และผู้ป่วย ถ้าไม่สามารถผลิตชิ้นงานได้ตามเวลาที่นัดหมายกับทันตแพทย์ควรมีการแจ้งล่วงหน้าเพื่อที่ทางทันตแพทย์จะได้ทำการเปลี่ยนแปลงนัดหมายกับผู้ป่วยและควรรับงานและส่งงานถูกต้องทั้งชิ้นงาน ชื่อผู้ป่วยและคลินิกทันตกรรม ชิ้นงานทุกชิ้นควรผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดและได้ ชิ้นงานถูกต้องตามใบสั่งงานของทันตแพทย์ ถูกต้องตามขั้นตอนกระบวนการผลิต การผลิตชิ้นงานควรมีระยะเวลาการผลิตที่แน่นอนเพื่อที่ทันตแพทย์จะได้พิจารณานัดหมายกับผู้ป่วยได้ ถูกต้อง ทันเวลา ตลอดจนควรมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตและบริการอย่างต่อเนื่อง

### ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ห้องปฏิบัติการควรมีการพัฒนาห้องปฏิบัติการให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัยสอดคล้องกับเทคโนโลยีและความก้าวหน้าทางทันตกรรมที่เปลี่ยนไป

ห้องปฏิบัติการ ไม่มีความจำเป็นต้องมีสถานที่ที่กว้างขวางสะดวกสบายหรือสวยงามเนื่องจากผู้มาใช้บริการไม่บ่อยครั้งนักที่ต้องมาถึงห้องปฏิบัติการส่วนใหญ่จะใช้วิธีส่งงานผ่านเจ้าหน้าที่รับงานและส่งงานนอกจากชิ้นงานจะมีปัญหา

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาควรมุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจของทันตแพทย์และผู้ป่วยต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับจากห้องปฏิบัติการว่ามีความพอใจหรือมีปัญหาเล็กน้อยเพียงใดจากการใช้บริการเนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงในตลาดดังนั้นจึงควรศึกษาให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ได้ความต้องการที่แท้จริงและน่าเชื่อถือมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้ห้องปฏิบัติการทันตกรรมต่างๆ สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved