

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมของชาวต่างชาติในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย แบ่งเป็นสัญชาติอเมริกา จำนวน 50 ราย สัญชาติยุโรป จำนวน 50 ราย สัญชาติออสเตรเลีย จำนวน 50 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 51-60 ปี ไม่ใช่พนักงานท่งเที่ยว แต่พักอาศัยและทำงานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยรับรู้นโยบายส่งเสริมประเทศไทย เป็น “ศูนย์สุขภาพแห่งเอเชีย”

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการทางทันตกรรม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยรับบริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนครั้งนี้ โดยบริการทันตกรรมที่รับบริการมากที่สุด คือ การขูดหินน้ำลาย(หินปูน)/ขัดฟัน รองลงมา ตรวจในช่องปาก/เอ็กซเรย์ และอุดฟัน เวลาที่สะดวกไปพบทันตแพทย์ คือเวลา 13.00-16.30 น. และสะดวกไปพบทันตแพทย์ในวันจันทร์-ศุกร์ โดย ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนกทันตกรรม จากเพื่อน/ครอบครัว และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรมด้วยตัวเอง/ครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม และในการรับบริการทางทันตกรรมครั้งหลังสุดส่วนใหญ่พอใจมาก โดยเหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ คือ พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ และเลือกรับบริการทางทันตกรรม จาก คำแนะนำจากเพื่อน / คนรู้จัก

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกรับบริการทางทันตกรรม

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ รองลงมา คือ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ และคุณภาพของวัสดุและยา

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ค่าบริการเหมาะสม รองลงมาคือ ความถูกต้องของการคิดค่าบริการ และแสดงค่าบริการชัดเจนก่อนรับบริการ

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาด รองลงมาคือ บรรยากาศในคลินิก และการคมนาคม

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน,คนรู้จัก รู้จักกับทันตแพทย์ หรือบุคลากรในคลินิก และการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ รองลงมาคือ บุคลิก/กิริยาท่าทางของทันตแพทย์ และจิตในการบริการของทันตแพทย์

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ดีกอาคารดูน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ อาคารใหญ่โต ทันสมัย และภูมิสถาปัตยกรรมที่สวยงาม

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ รองลงมาคือ มีการแจ้งค่าบริการชัดเจน และอธิบายถึงแผนการรักษาชัดเจน

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บริการทันตกรรม

ด้านปัญหาจากการใช้บริการทันตกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีปัญหามากในเรื่อง รอรับบริการนาน รองลงมาคือ ค่ารักษาทางทันตกรรมไม่ชัดเจน ไม่สมเหตุผล ปัญหาการสื่อสาร และไม่ให้ผู้รับบริการมีทางเลือกหรือตัดสินใจ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาจากการใช้บริการทันตกรรมในบางครั้ง มากที่สุด คือ รอรับบริการนาน รองลงมาคือ เวลาที่ใช้ในการรักษานานเกินไป และต้องนัดหลายครั้ง

#### ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการทางทันตกรรม จำแนกตามสัญชาติ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา เคยรับบริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 78.0 และไม่เคยรับบริการทางทันตกรรมก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 22.0

ผู้ตอบแบบสอบถามยุโรป เคยรับบริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 66.0 และไม่เคยรับบริการทางทันตกรรมก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 34.0

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย เคยรับบริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 50.0 และไม่เคยรับบริการทางทันตกรรมก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 50.0

บริการทันตกรรมที่รับบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาใช้บริการทันตกรรม อันดับแรกแรก คือ ขูดหินน้ำลาย(หินปูน)/ขัดฟัน รองลงมาคือ ตรวจในช่องปาก/เอ็กซเรย์ และ อุดฟัน

ผู้ตอบแบบสอบถามยุโรป การรับบริการทันตกรรม อันดับแรก คือ ขูดหินน้ำลาย(หินปูน)/ขัดฟัน รองลงมาคือ อุดฟัน และ ตรวจในช่องปาก/ เอ็กซเรย์

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย การรับบริการทันตกรรม อันดับแรก คือ ขูดหินน้ำลาย(หินปูน)/ขัดฟัน รองลงมาคือ อุดฟัน และตรวจในช่องปาก/ เอ็กซเรย์

เวลาที่สะดวกพบทันตแพทย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา สะดวกไปพบทันตแพทย์ มากที่สุดคือ เวลา 13.00-16.30 น. รองลงมา คือ เวลา 08.00-12.00 น. เวลา 17.00-20.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามยุโรป สะดวกไปพบทันตแพทย์ มากที่สุด คือ เวลา 08.00-12.00 น. และ 13.00-16.30 น. รองลงมา คือ เวลา 17.00-20.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย สะดวกไปพบทันตแพทย์มากที่สุด คือ เวลา 13.00-16.30 น. รองลงมา คือ เวลา 08.00-12.00 น. เวลา 17.00-20.00 น.

**วันที่สะดวกพบทันตแพทย์** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา ยุโรป และ ออสเตรเลีย สะดวกไปพบทันตแพทย์มากที่สุด คือ วันจันทร์- วันศุกร์ รองลงมา คือ วันเสาร์- วันอาทิตย์ วันหยุดราชการ

**การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนกทันตกรรม** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา ส่วนใหญ่ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนกทันตกรรม จากเพื่อน /ครอบครัว รองลงมา คือจากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ส่วนใหญ่ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนกทันตกรรม จากเพื่อน / ครอบครัว รองลงมาคือ จากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนกทันตกรรม จากเพื่อน / ครอบครัว รองลงมาคือ จาก นิตยสาร และหนังสือพิมพ์

**การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรม** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา ส่วนใหญ่ การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรม ด้วยตัวเอง / ครอบครัว รองลงมาคือ นายจ้าง / บริษัทที่ทำงาน และบริษัทประกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรปส่วนใหญ่การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรม ด้วยตัวเอง / ครอบครัว รองลงมาคือ บริษัทประกัน และนายจ้าง / บริษัทที่ทำงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ส่วนใหญ่การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรม ด้วยตัวเอง / ครอบครัว รองลงมาคือ บริษัทประกัน และนายจ้าง / บริษัทที่ทำงาน

**การเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา ส่วนใหญ่ ไม่เคยเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม รองลงมา เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง และเคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ส่วนใหญ่ ไม่เคยเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม รองลงมาคือ เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง และเคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ ไม่เคยเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม รองลงมาเคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง และเคยเปลี่ยนมากกว่า 4 ครั้ง

**การรับบริการทางทันตกรรมครั้งสุดท้าย** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกสัญชาติส่วนใหญ่ พอใจมาก รองลงมาคือ พอใจปานกลาง

**เหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา เหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ประหยัดเงิน และคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ส่วนใหญ่ เหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ประหยัดเงิน และคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย เหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ประหยัดเงิน และคำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก

การเลือกรับบริการทางทันตกรรมที่คลินิก/แผนกทันตกรรมแห่งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกา ส่วนใหญ่ การเลือกรับบริการทางทันตกรรมที่คลินิก/แผนกทันตกรรมแห่งนี้ คือ คำแนะนำจากเพื่อน / คนรู้จัก รองลงมาคือ ทันตแพทย์เก่ง (น่าเชื่อถือ, มีอาชีพ) และความสะอาด สื่อสารเข้าใจ, รู้เรื่อง และค่าบริการเหมาะสม และสามารถจ่ายได้ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ส่วนใหญ่ การเลือกรับบริการทางทันตกรรมที่คลินิก/แผนกทันตกรรมแห่งนี้ คือ คำแนะนำจากเพื่อน / คนรู้จัก รองลงมาคือ รักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะทาง และสื่อสารเข้าใจ, รู้เรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ส่วนใหญ่ การเลือกรับบริการทางทันตกรรมที่คลินิก/แผนกทันตกรรมแห่งนี้ มากที่สุด คือ คำแนะนำจากเพื่อน / คนรู้จัก รองลงมาคือ ค่าบริการเหมาะสม และสามารถจ่ายได้ และเคยรับบริการมาก่อน

**ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสัญชาติ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ รองลงมาคือ คุณภาพของวัสดุและยา และคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ เท่ากัน และอุปกรณ์เทคโนโลยีขั้นสูง

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ รองลงมาคือ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ และอุปกรณ์เทคโนโลยีขั้นสูง เท่ากัน และ มีการรับประกันผลงานชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ รองลงมาคือ คุณภาพของวัสดุ และยา และ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3 อันดับแรก คือ แสดงค่าบริการชัดเจนก่อนรับบริการ รองลงมาคือ ค่าบริการเหมาะสม และ ค่าบริการคงที่

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องของการคิดค่าบริการ รองลงมาคือ ค่าบริการเหมาะสม และ แสดงค่าบริการชัดเจนก่อนรับบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ค่าบริการเหมาะสม รองลงมาคือ ความถูกต้องของการคิดค่าบริการ และ ค่าบริการคงที่

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาด รองลงมาคือ บรรยากาศในคลินิก และ การคมนาคม

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาด รองลงมาคือ บรรยากาศในคลินิก และมีห้องน้ำสะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาด รองลงมาคือ บรรยากาศในคลินิก และมีห้องน้ำสะอาด

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน คนรู้จัก รองลงมาคือ รู้จักกับทันตแพทย์หรือบุคลากรในคลินิก และ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน คนรู้จัก รองลงมาคือ รู้จักกับทันตแพทย์หรือบุคลากรในคลินิก และ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผนที่แจก เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน คนรู้จัก และ การประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต และคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ รู้จักกับทันตแพทย์หรือบุคลากรในคลินิก

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ รองลงมาคือ บุคลิก/กิริยาท่าทางของทันตแพทย์ และการต้อนรับและเป็นมิตรของบุคลากร ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรปให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ รองลงมาคือ จิตในการบริการของทันตแพทย์ และการต้อนรับและเป็นมิตรของบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ จิตในการบริการของทันตแพทย์ รองลงมา บุคลิก/กิริยาท่าทางของทันตแพทย์ และ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ รองลงมา ภูมิสถาปัตย์ สวยงาม

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรปให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ รองลงมา ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ โครงสร้างแข็งแรง และอาคารใหญ่โตทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อาคารใหญ่โต ทันสมัย รองลงมา ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ และ ภูมิสถาปัตย์ สวยงาม

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอเมริกาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ รองลงมาคือ มีการแจ้งค่าบริการชัดเจน และ มีการนัดหมายล่วงหน้า และอธิบายถึงแผนการรักษาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติยุโรป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ รองลงมาคือ อธิบายถึงแผนการรักษาชัดเจน และมีการแจ้งค่าบริการชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลีย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือมีการแจ้งค่าบริการชัดเจน รองลงมาคือ อธิบายถึงแผนการรักษาชัดเจน และให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ

#### ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการทางทันตกรรม จำแนกตามสถานภาพ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้น เคยรับบริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 44.1 และไม่เคยรับบริการทันตกรรมก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 55.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักท่องเที่ยวนั้น เคยรับบริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 78.0.0 และไม่เคยรับบริการทางทันตกรรมก่อนครั้งนี้ ร้อยละ 22.0

**บริการทันตกรรมที่รับบริการ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้น การรับบริการทันตกรรมมากที่สุด คือ ขูดหินน้ำลาย(หินปูน)/ขัดฟัน รองลงมาคือ อุดฟัน และ ฟอกสีฟัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว การรับบริการทันตกรรมมากที่สุด คือ ขูดหิน  
น้ำลาย(หินปูน)/ขัดฟัน รองลงมาคือ ตรวจในช่องปาก/ เอ็กซเรย์ และ อุดฟัน

เวลาที่สะดวกพบทันตแพทย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวสะดวกไปพบ  
ทันตแพทย์ มากที่สุด คือ เวลา 08.00-12.00 น. รองลงมา คือ เวลา 13.00-16.30 น. และ เวลา 17.00-  
20.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ สะดวกไปพบทันตแพทย์ เวลา  
13.00-16.30 น. รองลงมา คือ เวลา 17.00-20.00 น. และ เวลา 08.00-12.00 น.

วันที่สะดวกไปพบทันตแพทย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว วันที่  
สะดวกไปพบทันตแพทย์ คือวันจันทร์-วันศุกร์ รองลงมา คือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ วันหยุดราชการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ วันที่สะดวกไปพบทันตแพทย์ คือ  
วันจันทร์-วันศุกร์ รองลงมา คือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ วันหยุดราชการ

การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนกทันตกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น  
นักท่องเที่ยว การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนกทันตกรรม จากนิตยสาร รองลงมาคือจากเพื่อน/  
ครอบครัว และอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือ  
แผนกทันตกรรม จากเพื่อน / ครอบครัว รองลงมาคือ จากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์

การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว  
ส่วนใหญ่ การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทันตกรรม ด้วยตัวเอง / ครอบครัว รองลงมาคือ นายจ้าง /  
บริษัทที่ทำงาน และบริษัทประกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทาง  
ทันตกรรม ด้วยตัวเอง / ครอบครัว รองลงมาคือ บริษัทประกัน และนายจ้าง / บริษัทที่ทำงาน

การเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่  
ไม่เคยเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม รองลงมาคือ เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง และเคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ ไม่เคยเปลี่ยนคลินิกทางทันตกรรม  
รองลงมาคือ เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง และเคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง

การรับบริการทางทันตกรรมครั้งสุดท้าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวและไม่  
ใช่นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ พอใจมาก



**เหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่เหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ประหยัดเงิน รองลงมาคือ คำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก และอยากหาประสบการณ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่ เหตุผลที่เลือกรับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ คือ แพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ คำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก และประหยัดเงิน

**การเลือกรับบริการทางทันตกรรมที่คลินิก/แผนกทันตกรรมแห่งนี้** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่ การเลือกรับบริการทางทันตกรรมที่คลินิก/แผนกทันตกรรมแห่งนี้ คือ คำแนะนำจากเพื่อน / คนรู้จัก รองลงมาคือ คำแนะนำจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว และสื่อสารเข้าใจ, ฐี่เรื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่ การเลือกรับบริการทางทันตกรรมที่คลินิก/แผนกทันตกรรมแห่งนี้ คือ คำแนะนำจากเพื่อน / คนรู้จัก รองลงมาคือ ทันตแพทย์เก่ง (น่าเชื่อถือ, มีอาชีพ) และเคยรับบริการมาก่อน

**ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้นให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ รองลงมาคือ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ และคุณภาพของ วัสดุและยา และมีการรับประกันผลงานชัดเจน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักท่องเที่ยวนั้นให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ รองลงมา คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ คุณภาพของยา รักษาโดยทันตแพทย์เฉพาะทาง และ มีการรับประกันผลงานชัดเจน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนั้นให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องของการคิดค่าบริการ รองลงมาคือ ค่าบริการเหมาะสม และแสดงค่าบริการชัดเจนก่อนรับบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่ นักท่องเที่ยวนั้นให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ค่าบริการเหมาะสม รองลงมาคือ ความถูกต้องของการคิดค่าบริการ และ แสดงค่าบริการชัดเจนก่อนรับบริการ และค่าบริการคงที่ เท่ากัน

**ปัจจัยด้านสถานที่** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและไม่ใช่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกเหมือนกัน คือ ความสะอาด รองลงมาคือ บรรยากาศในคลินิก และการคมนาคม

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน / คนรู้จัก รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต และ คำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน คนรู้จัก รองลงมาคือ รู้จักกับ ทันตแพทย์หรือบุคลากรในคลินิก และ การประชาสัมพันธ์ในนิตยสาร หนังสือพิมพ์แผนที่แจกเป็นต้น

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ รองลงมาคือ บุคลิก/กิริยาท่าทางของทันตแพทย์ และ จิตในการบริการของทันตแพทย์

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ รองลงมาคือ จิตในการบริการของทันตแพทย์ และบุคลิก/กิริยาท่าทางของทันตแพทย์ และการต้อนรับและเป็นมิตรของบุคลากร

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทัศนียภาพ รongลงมาคือ อาคารใหญ่โตทันสมัย และ ภูมิสถาปัตยกรรมสวยงาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อาคารใหญ่โต ทันสมัย รองลงมาคือ ทัศนียภาพ รongลงมาคือ ภูมิสถาปัตยกรรมสวยงาม

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ รองลงมาคือ มีการแจ้งค่าบริการชัดเจน และ ความรวดเร็วในการรักษา

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ รองลงมาคือ มีการแจ้งค่าบริการชัดเจน และอธิบายถึงแผนการรักษาชัดเจน และบอกเหตุผลทุกครั้งที่มีการบริการล่าช้า

## อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (The Service Marketing Mix) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวถึง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and presentation) และกระบวนการให้บริการ (Process) ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดของบริการ คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ คุณภาพของวัสดุและยา ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญพรวรรณ กองมณี (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดของบริการ

**ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่าบริการเหมาะสม ความถูกต้องของการคิดค่าบริการ แสดงค่าบริการชัดเจนก่อนรับบริการ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญพรวรรณ กองมณี (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าบริการพยาบาล

**ปัจจัยด้านสถานที่** จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะอาดบรรยากาศในคลินิก การคมนาคม ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญพรวรรณ กองมณี (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดของสถานบริการ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน, คนรู้จักและรู้จักกับทันตแพทย์ หรือบุคลากรในคลินิกซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญพรวรรณ กองมณี (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการ

ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในเรื่อง การมีบริการตรวจสุขภาพช่องปากและการให้คำแนะนำฟรี การติดตามคนไข้ และการได้รับคำแนะนำจากคนอื่น

**ปัจจัยด้านบุคลากร** จากการศึกษาพบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ บุคลิก/กิริยาท่าทางของทันตแพทย์ จิตในการบริการของทันตแพทย์ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุปผวรรณ กองมณี (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง บุคลิกและความน่าเชื่อถือของทันตแพทย์ และ อธิษาศัยไมตรีของทันตแพทย์

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** หมายถึง เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับผู้รับบริการได้รวดเร็วและประทับใจผู้รับบริการ จากการศึกษาพบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ การแจ้งค่าบริการชัดเจน และอธิบายถึงแผนการรักษาชัดเจน ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุปผวรรณ กองมณี (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับบริการทันตกรรมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในเรื่อง การแจ้งข้อมูลการรักษาและราคาการรักษาที่ชัดเจน

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการทางทันตกรรม ที่มีปัญหามาก และมีปัญหาบางครั้ง คือ รอรับบริการนาน มากที่สุดซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุปผวรรณ กองมณี (2541) พบว่าปัญหาารอคิวนานเป็นปัญหาอันดับแรกที่สุดที่ผู้มารับบริการประสบมากที่สุด

#### ข้อค้นพบ

จากการศึกษานี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ไม่ใช่ นักท่องเที่ยว และพักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นผู้ที่เกษียณอายุมากที่สุด และส่วนใหญ่เคยใช้บริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยบริการที่ใช้มากที่สุดคือ ขูดหินน้ำลาย (หินปูน) ขัดฟัน แต่พบว่ามีบริการที่ต้องใช้ความชำนาญอย่างมากและค่าบริการสูงเช่น ทันตกรรมรากเทียม การฟอกสีฟัน,การทำฟันปลอม ครอบฟันและสะพานฟัน โดยช่วงเวลาที่สะดวกพบทันตแพทย์มากที่สุดคือ 13.00-16.30 น. และวันที่สะดวกคือวันจันทร์-ศุกร์ โดยการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคลินิกหรือแผนก

ทัศนคติจากเพื่อน/ครอบครัวมากที่สุด ส่วนใหญ่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางทัศนคติเอง และส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนคลินิกทางทัศนคติ น่าจะเกี่ยวข้องกับการมีความภักดี (loyalty) สูง โดยมีความพอใจมากในรับบริการทางทัศนคติครั้งล่าสุด และพบว่าส่วนใหญ่ที่เลือกรับบริการทัศนคติในจังหวัดเชียงใหม่และที่คลินิกหรือแผนกทัศนคติมาจาก คำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางทัศนคติของชาวต่างชาติ จำแนกตามสัญชาติ และสถานภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 61 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางทัศนคติของชาวต่างชาติมากที่สุด จำแนกตามสัญชาติ

ปัจจัย	สัญชาติ		
	อเมริกา	ยุโรป	ออสเตรเลีย
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของบริการ (สำคัญมาก)	ความสะอาดของบริการ (สำคัญมาก)	ความสะอาดของบริการ (สำคัญมาก)
ด้านราคา	แสดงค่าบริการชัดเจน ก่อนรับบริการ (สำคัญมาก)	ความถูกต้องของการคิด ค่าบริการ (สำคัญมาก)	ค่าบริการเหมาะสม (สำคัญมาก)
ด้านสถานที่	ความสะอาด (มาก)	ความสะอาด (มาก)	ความสะอาด (มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การได้รับคำแนะนำให้มา จากเพื่อน คนรู้จัก (สำคัญมาก)	การได้รับคำแนะนำให้มา จากเพื่อน คนรู้จัก (สำคัญมาก)	การได้รับคำแนะนำให้มา จากเพื่อน คนรู้จัก (สำคัญมาก)
ด้านบุคลากร	ความสามารถในการสื่อสาร ภาษาต่างประเทศของ ทันตแพทย์ (สำคัญมาก)	ความสามารถในการสื่อสาร ภาษาต่างประเทศ ของทันตแพทย์ (สำคัญมาก)	จิตในการบริการของ ทันตแพทย์ (สำคัญมาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ โครงสร้างแข็งแรง (สำคัญมาก)	ภูมิสถาปัตย์สวยงาม (สำคัญมาก)	อาคารใหญ่โตทันสมัย (สำคัญมาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ (สำคัญมาก)	ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ (สำคัญมาก)	มีการแจ้งค่าบริการ ชัดเจน (สำคัญมาก)

ตารางที่ 61 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางทันตกรรมของชาวต่างชาติมากที่สุด จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัย	สถานภาพ	
	นักท่องเที่ยว	ไม่ใช่นักท่องเที่ยว
ด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของบริการ (สำคัญมาก)	ความสะอาดของบริการ (สำคัญมากที่สุด)
ด้านราคา	คามถูกต้องของการคิดค่าบริการ (สำคัญมาก)	ค่าบริการเหมาะสม (สำคัญมาก)
ด้านสถานที่	ความสะอาด (สำคัญมาก)	ความสะอาด (สำคัญมาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อนคนรู้จัก (สำคัญมาก)	การได้รับคำแนะนำให้มาจากเพื่อน คนรู้จัก (สำคัญมาก)
ด้านบุคลากร	ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ (สำคัญมาก)	ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของทันตแพทย์ (สำคัญมาก)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ตึกอาคารดูน่าเชื่อถือ โครงสร้างแข็งแรง (สำคัญปานกลาง)	อาคารใหญ่โต ทันสมัย (สำคัญมาก)
ด้านกระบวนการให้บริการ	ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ (สำคัญมาก)	ให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจรับบริการ (สำคัญมาก)

#### ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของสถานบริการทันตกรรม ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของบริการ ดังนั้นสถานบริการทันตกรรมควรพิจารณาอุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะระบบทำอุปกรณ์เครื่องมือให้ปราศจากเชื้อ การใช้อุปกรณ์หรือวัสดุแบบใช้แล้วทิ้ง ควรมีการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เป็นที่เชื่อถือ เช่น จากหน่วยงานทางราชการ แล้วใช้ผลการตรวจสอบแสดงให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจ

ควรมีการนำอุปกรณ์เทคโนโลยีขั้นสูงที่ทันสมัยมาให้บริการ เพื่อให้การบริการนั้นมีความหลากหลาย รวดเร็ว ปลอดภัย เช่น เอ็กซเรย์ระบบดิจิทัลช่วยลดปริมาณรังสีที่ใช้ การใช้เลเซอร์ในการกรอฟัน อุดฟัน หรือผ่าตัดเหงือกโดยไม่ต้องฉีดยา เป็นต้น

ด้านคุณภาพของวัสดุและยาที่ใช้ต้องมีมาตรฐานเช่นกัน เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับในวงการทันตแพทย์

ควรจัดหาทันตแพทย์เฉพาะทางที่มีความชำนาญแต่ละด้านมาให้บริการในกรณีที่ซับซ้อนหรือต้องการความชำนาญในด้านนั้น ตลอดจนการอธิบายผลการรักษาและการรับประกันผลงานให้ชัดเจนด้วย

**ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ค่าบริการเหมาะสม และในกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวให้เหตุผลในการรับบริการทางทันตกรรมเพื่อประหยัดเงิน ดังนั้นสถานบริการทันตกรรม ควรพิจารณาดังนี้

การกำหนดราคาค่าบริการให้เหมาะสม และมีมาตรฐาน โดยอาจพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจและการแข่งขันประกอบการพิจารณาในการตั้งราคา มีการแสดงอัตราค่าบริการทันตกรรมให้เห็นชัดเจนหรือให้ผู้รับบริการสามารถเรียกดูได้ก่อนจะรับบริการ

มีแสดงอัตราค่าบริการที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศเพื่อช่วยให้ผู้รับบริการรับรู้และสามารถเปรียบเทียบกับค่าบริการทันตกรรมในประเทศของเขาได้ง่ายขึ้น ควรเน้นความถูกต้องแม่นยำในการคิดค่าบริการไม่ให้ผิดพลาด ไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงค่าบริการบ่อย และควรมีช่องทางให้ผู้รับบริการสามารถเลือกชำระค่าบริการได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต บัตรเดบิต เช็คเดินทาง สกุลเงินต่างประเทศ การโอนเงินผ่านธนาคาร เป็นต้น

**ด้านสถานที่** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ ดังนั้นสถานบริการทันตกรรม ควรจะนำเสนอความสะอาดในทุกๆ ส่วนของสถานบริการตั้งแต่ภายนอกตลอดจนถึงภายในสถานบริการ เพื่อให้เกิดความประทับใจและความเชื่อมั่นเมื่อแรกเห็น

นอกจากนั้นสถานบริการควรมีความสะดวกสบาย สร้างบรรยากาศให้เกิดความผ่อนคลายแก่ผู้มารับบริการเช่น มีเสียงเพลง ดอกไม้ ต้นไม้ เพื่อลดอาการเครียดของผู้รับบริการ จัดสถานที่ที่เป็นสัดส่วน มีมุมหนังสืออ่านเล่น มุมเด็กเล่น มุมคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า เป็นต้น และคำนึงการถ่ายเทอากาศภายในสถานบริการให้ได้สะดวกเพื่อลดกลิ่นยาหรือกลิ่นฉุนจากน้ำยาต่างๆ เพื่อลดอาการกังวลหรือกลัวของผู้รับบริการบางคน

สถานบริการใหม่ควรตั้งอยู่ในทำเลที่ดี เดินทางไปมาสะดวก หาได้ง่ายและควรเตรียมที่จอดรถให้เพียงพอ สถานบริการเก่าก็ต้องหาวิธีให้ผู้รับบริการรายใหม่หาสถานบริการได้ง่าย เช่น การทำป้ายบอกทางตามจุดต่างๆ การพิมพ์แผนที่แจกในนิตยสาร และ อินเทอร์เน็ต

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการได้รับคำแนะนำจากเพื่อน,คนรู้จักในการใช้บริการทันตกรรม ดังนั้นควรอาศัยผู้รับบริการเก่าเป็นฐานในการประชาสัมพันธ์สถานบริการ อาจมีการจัดโปรโมชั่นมอบส่วนลดในการรับบริการทันตกรรมกับผู้รับบริการที่มาใช้บริการสำหรับครั้งต่อไป เป็นการรักษากลุ่มผู้รับบริการเดิมและสร้างผู้รับบริการใหม่

ควรมีการติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการอย่างต่อเนื่องเช่น มีระบบการเตือนนัดหมายมาตรวจดูแลเป็นระยะ มีการส่งข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานของสถานบริการสม่ำเสมอ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตเพราะเป็นการสื่อสารที่สะดวกและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มาก

หากสถานบริการทันตกรรมต้องการกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวก็ควรลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในนิตยสารแนะนำการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติ แต่อาจต้องอยู่ภายใต้กฎหมายข้อบังคับว่าด้วยการโฆษณาสถานพยาบาล อาจเข้าร่วมในโครงการพัฒนาธุรกิจสุขภาพซึ่งได้รับการสนับสนุนจากราชการในการให้คำแนะนำ รับรอง และช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่สถานบริการด้วย ควรมีการเป็นพันธมิตรกับกลุ่มธุรกิจสุขภาพอื่น เช่น กลุ่ม สปา กลุ่มนวดแผนไทย กลุ่มโรงพยาบาล เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ให้กันและกัน เป็นการช่วยขยายฐานลูกค้าแก่กันและกันด้วย

### **ด้านบุคลากร**

ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับทางการสื่อสารกับผู้รับบริการชาวต่างชาติ ทั้งการใช้ภาษาต่างประเทศและการศึกษาให้เข้าใจถึงวัฒนธรรมของผู้รับบริการชาวต่างชาติต่างๆ

การเน้นความเป็นกันเอง อธิบายไม่ตรี ความเอาใจใส่และเอื้ออาทรของทันตแพทย์และบุคลากรที่มีต่อผู้รับบริการ เช่น เมื่อผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการควรมีเจ้าหน้าที่ออกมาต้อนรับถามไถ่อาการและปัญหาที่ผู้รับบริการประสบ

ทันตแพทย์และบุคลากรควรมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดีและมีจิตในการให้บริการที่ดี



พัฒนาความรู้ความชำนาญ ทักษะการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์อยู่เสมอเพื่อตามทันเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และสรรหาทันตแพทย์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้พร้อมเพื่อรองรับบริการที่อาจเพิ่มขึ้น

#### ด้านลักษณะทางกายภาพ

สถานบริการที่จะเกิดใหม่ควรคำนึงถึงลักษณะอาคารที่ดูแล้วน่าเชื่อถือ มีความสวยงาม ใหญ่โตโอ้อ่า มีภูมิสถาปัตยกรรมที่งดงาม ส่วนสถานบริการเก่าควรมีการพัฒนาปรับปรุงทั้งภายนอกและภายใน เพื่อให้สวยงามและทันสมัย การจัดแต่งทางภูมิสถาปัตยกรรมเพิ่มเติมเช่นการจัดสวน น้ำพุ ทำให้ดูแล้วเกิดความผ่อนคลายต่อผู้รับบริการ

#### ด้านกระบวนการ

ควรให้ความสำคัญในการให้บริการที่เน้นความถูกต้อง และความปลอดภัยในกระบวนการรักษาทุกขั้นตอนให้ได้มาตรฐาน

ในกระบวนการรักษาควรมีการอธิบายถึงแผนการรักษาและค่าบริการที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถประเมินราคากับบริการที่ได้รับและสุดท้ายให้ผู้รับบริการเป็นผู้ตัดสินใจในการรับบริการ

การสื่อสารกับผู้รับบริการควรให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็วและชัดเจนเพื่อลดความไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิด เช่น ถ้าให้บริการล่าช้าควรอธิบายถึงสาเหตุความจำเป็นและขอภัยทันที

มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการลดระยะเวลาขั้นตอนต่างๆเช่น เอ็กซเรย์ระดับดิจิทัล สามารถเห็นภาพทันทีหลังถ่ายแทนที่ระบบล้างฟิล์มด้วยน้ำยา, สำนักงานไร้กระดาษ เป็นต้น

จัดให้มีระบบการนัดหมายล่วงหน้า พร้อมการประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการหรือผู้ที่สนใจได้ทราบ โดยสามารถนัดล่วงหน้าได้หลายทางเช่น นัดทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต ทางคอลล์ เซนเตอร์ หรือ ฝากข้อความทางข้อความผ่านระบบโทรศัพท์ เป็นต้น ทำให้ทั้งผู้รับบริการไม่ต้องเสียเวลา และสถานบริการทันตกรรมสามารถวางแผนการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรพัฒนาความชำนาญ เทคนิคการรักษา ตลอดจนหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่ช่วยทันตแพทย์ให้การรักษาได้รวดเร็วขึ้นทำให้ทันตแพทย์สามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการจำนวนมากขึ้นและระยะเวลาในการบริการสั้นลง ผู้รับบริการรู้สึกดีขึ้นด้วย

เตรียมการหรือยกมาตรฐานของการบริการสู่ระดับสากลเช่น การได้มาตรฐานอุตสาหกรรม ระบบควบคุมคุณภาพโรงพยาบาล หรือได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เช่น จังหวัด กระทรวง รัฐบาล หรือองค์การระหว่างประเทศ เป็นต้น จะเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ ให้ตัดสินใจรับบริการรวดเร็วขึ้น

ถึงแม้ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวที่มารับบริการทางทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่สูงมากนัก แต่จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะมากขึ้น ประกอบกับความมีชื่อเสียงและความ เป็นเมืองน่าอยู่น่าเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ความสามารถของทันตแพทย์ไทยที่เป็นที่ยอมรับในระดับ สากล จิตในการบริการ ระดับค่าบริการทันตกรรมของไทยที่ได้เปรียบ และรัฐบาลยังส่งเสริมธุรกิจ สุขภาพ จึงเป็นโอกาสของสถานบริการทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จะหันมามุ่งกลุ่มเป้าหมายให้ บริการทันตกรรมแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง โดยในระยะแรกควรเน้นการประชาสัมพันธ์ ตามช่องทางต่างๆ เช่น บทความ การลงโฆษณาในนิตยสารท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต จัดทำแผ่นพับ โฆษณาวางตามแหล่งท่องเที่ยว การอาศัยลูกค้าเดิมช่วยในการประชาสัมพันธ์บอกต่อๆ กันไป การ ร่วมเป็นพันธมิตรกับสถานบริการทันตกรรมอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการ เช่น อาจเกิดความ ร่วมมือกันในการพัฒนาความรู้ การใช้ทรัพยากรที่มีร่วมกันทำให้เกิดความคุ้มค่า และยังสามารถลดต้นทุน ลงได้ ศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น การร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มธุรกิจที่ใกล้เคียง เช่น กลุ่มสปา สมาคมโรงแรม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ทั้งยังเป็นการช่วยเสริมการบริการให้ลูกค้าของแต่ละกลุ่มสามารถรับรู้ข้อมูลบริการที่มีมากขึ้น เกิดการสร้างลูกค้าใหม่ให้กันและกัน สร้างรายได้เพิ่มให้ กันและกันเป็นต้น ประเทศไทยก็จะมีชื่อเสียงและรายได้เข้าประเทศมากขึ้น ก่อให้เกิดความมั่นคงทาง เศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป