

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของแผนกทันตกรรม โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม

ผู้เขียน นางสาววิสุทธิ์ลีดา ตันสถิตย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชานันติ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการแผนกทันตกรรม โรงพยาบาลเชียงใหม่รามจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้เคยรับบริการที่แผนกทันตกรรม โรงพยาบาลเชียงใหม่จำนวน 360ราย ประกอบด้วยชาวไทย 245 ราย ชาวต่างชาติ 115 รายการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกและนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 31-40 ปีชาวไทยร้อยละ 68.06 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 31.94 การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-30,000 บาทภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพฤติกรรม ต่อการบริการทันตกรรม พบว่า ก่อนมารับบริการทันตกรรม โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ส่วนใหญ่เคยได้รับการบริการรักษาจากคลินิกเอกชนมาก่อน เคยเปลี่ยนสถานบริการทันตกรรมมาแล้ว 2-3 แห่ง ด้วยสาเหตุใกล้บ้าน/ที่ทำงาน มีเหตุฉุกเฉิน ไม่พอใจความถี่ซ้ำของบริการ และเพื่อนแนะนำให้เปลี่ยน เวลาที่สะดวกมารับบริการที่แผนกทันตกรรม โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม เป็นช่วงบ่าย ของวันจันทร์-ศุกร์ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง/โดยสมาชิกในครอบครัว ความถี่ของการมารับบริการทันตกรรมโดยเฉลี่ยมากกว่า 4 ครั้ง ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเลือกสถานบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของทันตแพทย์ ประเภทของการบริการที่นิยมมากที่สุด ได้แก่

ชุดหินปูน ความรู้สึกหลังรับบริการอยู่ในระดับพอใจมาก การทราบและรับรู้ข้อมูลทันตกรรมส่วนใหญ่มาจากเพื่อน/ผู้เคยรับบริการแนะนำ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดด้านบุคคลกรและพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์/บริการทันตกรรมและ พึ่งพอใจระดับมาก ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ สถานที่และการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ปัจจัยย่อยในแต่ละส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นดังนี้ ด้านบุคคลกรและพนักงานส่วนทันตแพทย์ คือ การเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในสาขาวิชาทันตกรรม ส่วนพยาบาล-เจ้าหน้าที่ทันตกรรมคือ การกระตือรือร้นดูแลด้วยอหยาศัยไมตรี ด้านผลิตภัณฑ์/บริการทันตกรรมคือ ความมีชื่อเสียงเป็นที่น่าไว้วางใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาดของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางทันตกรรม ด้านกระบวนการให้บริการ คือ ระบบนัดหมายล่วงหน้าด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย คือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกแก่การเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การแนะนำผ่านทางเพื่อน/คนรู้จักที่เคยได้รับการรักษาบริการ ด้านราคา คือ ความถูกต้องของการคิดค่าบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Service Recipient Satisfaction Towards Services Marketing Mix of
Dental Clinic Department, Chiangmai Ram Hospital

Author Miss Wisuit-cita Tansathit

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor
Associate Professor Sirikiat Ratchasanti

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the service recipient satisfaction towards the service marketing mix of the Dental Clinic Department, Chiang Mai Ram Hospital. Data were collected by 360 questionnaires handing to service recipients, who were served at the Dental Clinic Department, Chiang Mai Ram Hospital. 245 respondents were Thai and 115 were foreigners. Convenient sampling was applied in this study and collected data were analyzed by using descriptive statistics: frequency, percentage and mean.

The study showed that most respondents were female with age between 31-40 years old. 68.06% were Thai and 31.94 % were foreigners. Most respondents graduated with a bachelor's degree and ran their own business. The average income was 10,001 – 30,000 baht. Chiang Mai was their hometown.

The result of the study showed that most respondents went to private dental clinics and some of them had changed around 2-3 clinics because of the clinics being located far from their homes, emergency, dissatisfactions with service, and suggestions from friends. Convenient time was on weekday afternoon and they took care of their own bills or the bills were paid by family member. All of the respondents visited the clinic more than 4 times. The reliability of dentists was the factor the respondents deciding to come to that clinic. The most frequent serviced respondents took was decalcifying, which ranked at high level of satisfaction. The respondents knew about the clinic from their friends and people who had been there before.

About the satisfaction towards service market mix, officer and product as well as dental service ranked at the highest level of satisfaction. Physical presentation, service process, place, price and promotion ranked at high level of satisfaction.

The most satisfied sub-factors of each service market mix were as follows. For officer and staff in the aspect of the dentist, expertise in dentistry received the highest mean of satisfaction. For officer and staff in the aspect of the nurse and the dental service staff, good care with kindness and friendliness received the highest mean of satisfaction. For product and dental service, good reputation and being trust worthy received the highest mean of satisfaction. For physical presentation, clean dental equipment received the highest mean of satisfaction. For service, advance appointment system received the highest mean of satisfaction. For place, convenient location received the highest mean of satisfaction. For promotion, recommendation from friends and people who had been to the clinic before received the highest mean of satisfaction. For price, correct and reasonable service charges received the highest mean of satisfaction.