

การวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคลินิกทันตกรรม ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาของจังหวัดนครราชสีมา

เฉลิมชนม์ อำพรไพ^{1*} และ บรินดา สัมหลวี²

บทคัดย่อ

วิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคลินิกทันตกรรมของผู้บริโภคกรณีศึกษาของจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 5 ข้อ ดังนี้ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ 2) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 3) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง 4) ทดสอบความแปรเปลี่ยนของโมเดลจำแนกตามเพศ และ 5) ทดสอบความแปรเปลี่ยนของโมเดลจำแนกตามอายุ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้ารับบริการคลินิกทันตกรรมในจังหวัดนครราชสีมา และกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด ตรวจสอบความตรงทางเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับเท่ากับ 0.950 และนำเครื่องมือไปทดลองใช้แล้วหาค่าความเที่ยงได้ค่าแอลฟาทั้งฉบับเท่ากับ 0.955 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติอ้างอิง เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เมื่อได้องค์ประกอบที่เหมาะสมแล้วจะนำไปอธิบาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พร้อมทั้งหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ผลการศึกษา พบว่า 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้องค์ประกอบทั้งหมด 7 องค์ประกอบ 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคลินิกทันตกรรมได้องค์ประกอบทั้งหมด 5 ด้านได้แก่ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร และกระบวนการ 3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคลินิกทันตกรรมสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ บุคลากร รองลงมา คือ กระบวนการจัดการด้านบริการ การส่งเสริมการขาย ช่องทางการจำหน่ายและราคา ตามลำดับ โดยโมเดลนี้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันตามทฤษฎี 4) การทดสอบความแปรเปลี่ยนของโมเดลจำแนกตามเพศ พบว่า โมเดลมีความแปรเปลี่ยนตามเพศ โดยโมเดลของเพศชายมีความแปรเปลี่ยน ส่วนโมเดลของเพศหญิง ไม่พบความแปรเปลี่ยน และ 5) การทดสอบความแปรเปลี่ยนของโมเดลจำแนกตามอายุ พบว่า โมเดลมีความแปรเปลี่ยนตามอายุโดยโมเดลของผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไปมีความแปรเปลี่ยนส่วนโมเดลของผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ไม่พบความแปรเปลี่ยน กล่าวโดยสรุปได้ว่า โมเดลที่ได้จากการศึกษานี้ ประกอบด้วย ตัวแปรทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ซึ่งมีความแปรเปลี่ยนตามเพศและอายุ

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบ, โมเดล, คลินิกทันตกรรม, นครราชสีมา

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทร.+668 8252 7070 อีเมล: kc3236060@gmail.com



A Confirmatory Factor Analysis Model of Factors Influencing Consumers' Use of Dental Clinic Services: A Case Study of Nakhon Ratchasima

Chalermchon Umpronphai^{1*} and Brinda Sunhachawee²

Abstract

This study investigated the factors influencing consumers' use of dental clinic services in a case study of Nakhon Ratchasima Thailand. This study comprises five purposes, 1) to use exploratory factor analysis to group variables, 2) to determine factors affecting consumers by confirmatory factor analysis, 3) to design a model for factors influencing customers by second-order factor analysis, 4) to compare gender differences by invariance test, and 5) to test invariance between consumers under 30 and those aged 30 or over. We used unknown population formulae to determine sample size and interviewed 400 consumers from multistage sampling at the dental clinic in Nakhon Ratchasima province. A close-ended questionnaire was content validity approved by 3 specialists resulting in an Index of Item Objective Congruence (IOC) of 0.950, and reliability Cronbach's alpha coefficient of 0.955. Data analyses are supported by inferential statistics performed using exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis, and second-order factor analysis. The results of this research indicate that 1) 7 variables groups could be selected by exploratory factor analysis, 2) there are five factors that influence consumers' use of dental clinic services: Price, Place, Promotion, People and Process, 3) according to confirmatory factor analysis of the second-order, the factor that influenced customers the most was People, followed by Process, Promotion, Place, and Price, respectively, which was consistent with the empirical data, 4) according to the results of tests regarding the gender invariance of the model, while females showed no differences, the model for males exhibited differences, 5) according to the results of tests regarding the age invariance of the model, consumers aged 30 or over exhibited differences, but no differences were detected in the model for consumers under 30. The paper closes by discussing the model of the 5 factors influencing consumers' use of dental clinic services arrived at through this study, which exhibits differences based on gender and age factors.

Keywords: Factors Analysis, Model, Dental Clinic, Nakhon Ratchasima

¹ Doctoral student of the Doctoral Degree of Business Administration, Graduate School, Western University

² Associate Professor of the Doctoral Degree Program in Business Administration, Graduate School, Western University

* Corresponding Author Tel. +668 8252 7070 e-mail: kc3236060@gmail.com