

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 3 ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 และ 2 ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

การศึกษาคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงคุณภาพและความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา เพื่อกับผู้ประกอบการ

ธุรกิจบริการทันตกรรม ที่จะนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด และพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้นำเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4-1 ถึงตารางที่ 4-22 ดังต่อไปนี้

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 $\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย  
 SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4-1 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกัน	70	18.18
อังกฤษ	92	23.90
สวีตเซอร์แลนด์	28	7.27
รัสเซีย	65	16.88
ฟิลิปปินส์	21	5.45
ออสเตรเลีย	53	13.77
อิหร่าน	18	4.68
ไต้หวัน	8	2.08
ไอร์แลนด์	13	3.38
นอร์เวย์	5	1.30
เกาหลี	3	.78
เยอรมัน	6	1.56
อินเดีย	3	.78
รวม	385	100.00

ตารางที่ 4-1 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัญชาติอังกฤษ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90

รองลงมาอเมริกัน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 รัสเซีย จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.88 ออสเตรเลีย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 สวิตเซอร์แลนด์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.27 ฟิลิปปินส์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 อิหร่าน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.68 ไอร์แลนด์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.38 ไต้หวัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 เยอรมัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 นอร์เวย์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 เกาหลี และอินเดีย มีจำนวนเท่ากันเท่ากับ 3 คน คิดเป็นร้อยละ .78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-2 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	235	61.04
หญิง	150	38.96
รวม	385	100.00

ตารางที่ 4-2 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 61.04 และเพศหญิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 40 ปี	118	30.65
อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	267	69.35
รวม	385	100.00

ตารางที่ 4-3 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.35 และอายุต่ำกว่า 40 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวน และค่าร้อยละปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	75	19.48
ปวส./ อนุปริญญาตรี	119	30.91
ปริญญาตรี	149	38.70
ปริญญาโท	37	9.61
สูงกว่าปริญญาโท	5	1.30
รวม	385	100.00

ตารางที่ 4-4 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา ปวส. หรืออนุปริญญาตรี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.48 ปริญญาโท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	31	8.05
รับราชการ	82	21.30
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	107	27.79
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	2.34
พนักงานบริษัท	156	40.52
รวม	385	100.00

ตารางที่ 4-5 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.79 รับราชการ จำนวน 82 คน

คิดเป็นร้อยละ 21.30 นักศึกษา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 จำนวน และค่าร้อยละ บัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้ ต่อเดือน

ระดับรายได้ต่อเดือน (คิดเป็นอัตราสกุลเงินไทย)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000 บาท	19	4.94
20,000-29,999 บาท	24	6.23
30,000-39,999 บาท	48	12.47
40,000-49,999 บาท	63	16.36
50,000 บาทขึ้นไป	231	60.00
รวม	385	100.00

ตารางที่ 4-6 จำนวน และค่าร้อยละ บัญชีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 ระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.47 ระดับรายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.23 และระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-7 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ การบริการทันตกรรมที่เลือกใช้ด้านการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ

ประเภทของบริการทันตกรรมที่เลือกใช้ ด้านการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน	268	30.95
ทันตกรรมเพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน	210	24.25
ทันตกรรมรักษารากฟันและเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน	78	9.01
ทันตกรรมรากฟันเทียม เช่นการปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไป	82	9.47
ทันตกรรมจัดฟัน	27	3.12
ทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก	103	11.89
ศัลยกรรมช่องปาก เช่น การผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก	4	0.46
ทันตกรรมสำหรับเด็ก	25	2.89
ทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอด	27	3.12
ทันตกรรมประดิษฐ์ เช่น การทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้	42	4.85
รวม	866	100.00

ตารางที่ 4-7 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมที่เลือกใช้ด้านการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน คิดเป็นร้อยละ 30.95 รองลงมาทันตกรรมเพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก คิดเป็นร้อยละ 11.89 ทันตกรรมรากฟันเทียม เช่น การปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.47 ทันตกรรมรักษารากฟันและเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน คิดเป็นร้อยละ 9.01 ทันตกรรมประดิษฐ์ เช่น การทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้ คิดเป็นร้อยละ 4.85 ทันตกรรมจัดฟัน และทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอด มีค่าร้อยละเท่ากันเท่ากับ 3.12 ทันตกรรมสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 2.89 และศัลยกรรมช่องปาก เช่นการผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก คิดเป็นร้อยละ 0.46 ตามลำดับ

ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

การศึกษานี้ศึกษาคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงคุณภาพและความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยศึกษาคุณภาพการบริการตามแนวคิดของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990) และความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของ Christopher (2003) และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8P's ของ Christopher and Jochen (2011) ดังตารางที่ 4-8 ถึงตารางที่ 4-22 ดังนี้

ตารางที่ 4-8 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้าน

คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.57	.48	มากที่สุด	5
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.59	.58	มากที่สุด	4
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.69	.53	มากที่สุด	2
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ	4.61	.52	มากที่สุด	3
ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	4.71	.45	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.63	.42	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-8 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีคุณภาพการให้บริการโดยรวม และทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และในรายละเอียดแต่ละด้าน อันดับแรกคือด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รองลงมาด้านกาตอบสนองต่อผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
สถานที่ให้บริการทันตกรรม มีความสวยงาม ทันสมัย	4.52	.68	มากที่สุด	6
ความสะอาดของสถานที่ให้บริการด้านทันตกรรม	4.78	.50	มากที่สุด	1
ความสะอาดของวัสดุ-อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการ ทันตกรรม	4.66	.60	มากที่สุด	2
ความทันสมัยของเทคโนโลยี เครื่องมือ และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการทันตกรรม	4.61	.60	มากที่สุด	3
บุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ในทันตกรรม	4.60	.74	มากที่สุด	4
ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ หรือสัญลักษณ์ได้รับความนิยม หรือเป็นที่รู้จัก	4.25	.89	มากที่สุด	7
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หรือการ เดินทางมาใช้บริการทันตกรรม	4.57	.60	มากที่สุด	5
รวมเฉลี่ย	4.57	.48	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-9 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีคุณภาพการให้บริการด้านความ  
เป็นรูปธรรมของบริการ โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวม  
เฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ความสะอาดของสถานที่  
ให้บริการด้านทันตกรรมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 รองลงมาความสะอาดของวัสดุ-อุปกรณ์ที่ใช้ในการ  
บริการทันตกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความทันสมัยของเทคโนโลยี เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ใน  
การให้บริการทันตกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 บุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ในทันตกรรม ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.60 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หรือการเดินทางมาใช้บริการทันตกรรม ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.57 สถานที่ให้บริการทันตกรรม มีความสวยงามทันสมัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และชื่อเสียง  
ตรายี่ห้อ หรือสัญลักษณ์ได้รับความนิยม หรือเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ



ตารางที่ 4-10 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ทันตแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาเป็นที่ น่าเชื่อถือ	4.67	.63	มากที่สุด	1
พนักงาน เจ้าหน้าที่ มีความสามารถในการ ให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.51	.71	มากที่สุด	4
ให้บริการทันตกรรม ตรงกับที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยว	4.60	.75	มากที่สุด	3
การให้บริการทันตกรรมมีความถูกต้อง แม่นยำ และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ ตรวจรักษา	4.60	.62	มากที่สุด	2
รวมเฉลี่ย	4.59	.58	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-10 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีคุณภาพการให้บริการด้านความ  
เชื่อถือไว้วางใจได้ โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.59 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ทันตแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการ  
รักษาเป็นที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาการให้บริการทันตกรรมมีความถูกต้อง แม่นยำ  
และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการตรวจรักษา และให้บริการทันตกรรม ตรงกับที่  
โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.60 พนักงาน เจ้าหน้าที่ มี  
ความสามารถในการให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-11 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านการตอบสนองต่อ  
ผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ทันตแพทย์ผู้ให้การรักษามีความพร้อม และความ เต็มใจที่ให้บริการทันตกรรมต่อนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	4.70	.68	มากที่สุด	2
สามารถให้บริการตรงตามความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทันทั้งที่ ได้รับความสะดวกในการเข้าใช้บริการทันตกรรม	4.60	.75	มากที่สุด	3
	4.76	.50	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.69	.53	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-11 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีคุณภาพการให้บริการ ด้านการ  
ตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวม  
เฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ได้รับความสะดวกในการเข้าใช้  
บริการทันตกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 รองลงมา ทันตแพทย์ผู้ให้การรักษามีความพร้อม และ  
ความเต็มใจที่ให้บริการทันตกรรมต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 และสามารถ  
ให้บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทันทั้งที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60  
ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านการให้ความมั่นใจแก่  
ผู้บริการ

คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
มีความมั่นใจได้ว่า ผู้ให้บริการมีใบ ประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพทันตกรรม	4.65	.67	มากที่สุด	2
ผู้ให้บริการทันตกรรม สามารถสื่อสารการบริการ ตรวจรักษาที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน	4.56	.71	มากที่สุด	3
มีค่าประกาศสิทธิผู้ใช้บริการ ติดภายในสถานที่ ให้บริการ ให้ผู้รับบริการ ได้เห็นชัดเจน	4.51	.77	มากที่สุด	4
ทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ มีกิริยาท่าทางและ มารยาทที่ดีในการบริการทันตกรรม	4.72	4.66	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.61	.52	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-12 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้  
ความมั่นใจแก่ผู้บริการ โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวม  
เฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ มี  
กิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการทันตกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 รองลงมา มีความมั่นใจได้  
ว่า ผู้ให้บริการมีใบประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพทันตกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ผู้ให้บริการ  
ทันตกรรม สามารถสื่อสารการบริการตรวจรักษาที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56  
มีค่าประกาศสิทธิผู้ใช้บริการ ติดภายในสถานที่ให้บริการ ให้ผู้รับบริการ ได้เห็นชัดเจน ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.51ตามลำดับ

ตารางที่ 4-13 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจใน  
ผู้รับบริการ

คุณภาพการให้บริการ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ผู้มาใช้บริการทันตกรรม ได้รับการบริการด้วยความ เอาใจใส่ความต้องการทุกด้าน เป็นอย่างดี	4.69	.57	มากที่สุด	2
ผู้มาใช้บริการทันตกรรม ได้รับการตรวจรักษา ให้ คำแนะนำความต้องการของแต่ละคน	4.78	.47	มากที่สุด	1
สามารถร้องขอการใช้บริการตามความ ประสงค์ นอกเหนือจากข้อกำหนดที่ให้บริการ	4.65	.69	มากที่สุด	3
รวมเฉลี่ย	4.71	.45	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-13 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีคุณภาพการให้บริการ ด้านความ  
เข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด  
โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ผู้มาใช้บริการ  
ทันตกรรมได้รับการตรวจรักษา ให้คำแนะนำความต้องการของแต่ละคน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78  
รองลงมา ผู้มาใช้บริการทันตกรรม ได้รับการบริการด้วยความเอาใจใส่ความต้องการ  
ทุกด้านเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 สามารถร้องขอการใช้บริการตามความประสงค์  
นอกเหนือจากข้อกำหนดที่ให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ตามลำดับ

ผลการศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา  
สุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

ตารางที่ 4-14 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้าน

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.54	.63	มากที่สุด	6
ด้านราคา	4.45	.63	มากที่สุด	7
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.69	.49	มากที่สุด	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.41	.74	มากที่สุด	8
ด้านบุคลากร	4.69	.47	มากที่สุด	2
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.75	.34	มากที่สุด	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.54	.62	มากที่สุด	5
ด้านผลผลิตและคุณภาพ	4.65	.48	มากที่สุด	4
รวมเฉลี่ย	4.59	.42	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-14 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และในรายละเอียดแต่ละด้าน อันดับแรกคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 รองลงมา ด้านบุคลากรและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.69 ด้านผลผลิตและคุณภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.54 ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-15 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบำบัดรักษาสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
คุณภาพของการที่ได้รับจากการให้บริการ	4.65	.59	มากที่สุด	2
คุณภาพของยาและวัสดุที่ใช้ในการรักษา	4.63	.64	มากที่สุด	4
มีการบริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร	4.48	.92	มากที่สุด	5
ปัจจัยเสริมที่ได้รับจากการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับทันตกรรม เช่น ซื่อแปรงสีฟัน ยาสีฟัน น้ำยาล้วนปาก หรือ ไหมขัดฟัน	4.37	.92	มากที่สุด	7
มีการบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน	4.66	.70	มากที่สุด	1
มีการบริการตรวจสุขภาพฟันฟรี	4.38	.94	มากที่สุด	6
มีเครื่องมือที่ทันสมัยสามารถส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพได้	4.64	.65	มากที่สุด	3
รวมเฉลี่ย	4.54	.61	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-15 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ มีการบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมา คุณภาพของการที่ได้รับจากการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 มีเครื่องมือที่ทันสมัยสามารถส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 คุณภาพของยาและวัสดุที่ใช้ในการรักษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 มีการบริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีการบริการตรวจสุขภาพฟันฟรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และ ปัจจัยเสริมที่ได้รับจากการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับทันตกรรม เช่น ซื่อแปรงสีฟัน ยาสีฟัน น้ำยาล้วนปาก หรือ ไหมขัดฟัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-16 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านราคา

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านราคา	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการ	4.57	.56	มากที่สุด	2
มีส่วนลดราคาในการรักษา	3.99	1.31	มาก	4
ระดับราคาการให้บริการทันตกรรมไม่แตกต่าง จากที่อื่น	4.55	.72	มากที่สุด	3
ให้บริการรับชำระโดยผ่านบัตรเครดิตและ ช่องทางอื่น ๆ ได้	4.70	.74	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.45	.63	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-16 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ  
สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านราคา มีความ  
พึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.45  
ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด  
ในอันดับแรกคือ ให้บริการรับชำระโดยผ่านบัตรเครดิตและช่องทางอื่น ๆ ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70  
รองลงมา มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ระดับราคาการให้บริการ  
ทันตกรรมไม่แตกต่างจากที่อื่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
ระดับมาก มีส่วนลดราคาในการรักษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-17 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านช่องทางการ  
จัดจำหน่าย

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	4.64	.70	มากที่สุด	3
ตั้งอยู่ในเขตชุมชน	4.67	.66	มากที่สุด	2
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า	4.76	.50	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.69	.49	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-17 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 รองลงมา ตั้งอยู่ในเขตชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-18 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านการส่งเสริม  
การตลาด

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับสุขภาพฟันแจกฟรี	4.36	.79	มากที่สุด	2
การโฆษณาชัดเจน เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย	4.53	.76	มากที่สุด	1
การประชาสัมพันธ์ชัดเจน เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย	4.33	1.04	มากที่สุด	3
รวมเฉลี่ย	4.41	.74	มากที่สุด	-



ตารางที่ 4-18 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ การโฆษณาชัดเจน เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมา มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับสุขภาพฟัน แจกฟรี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และ การประชาสัมพันธ์ชัดเจน เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-19 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวบำบัดรักษาสุขภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
มีขั้นตอนในการตรวจรักษาไม่ซับซ้อน	4.44	.97	มากที่สุด	3
มีระบบการนัดหมายเพื่อรับการรักษา และติดตามผลในครั้งต่อไป	4.83	.40	มากที่สุด	1
มีระบบทะเบียนประวัติที่ชัดเจน ตรวจสอบได้	4.80	.49	มากที่สุด	2
รวมเฉลี่ย	4.69	.47	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-19 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ มีระบบการนัดหมายเพื่อรับการรักษา และติดตามผลในครั้งต่อไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 รองลงมามีระบบทะเบียนประวัติที่ชัดเจน ตรวจสอบได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และมีขั้นตอนในการตรวจรักษาไม่ซับซ้อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-20 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านบุคลากร

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพด้านบุคลากร	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ความรู้ความสามารถของทันตแพทย์แพทย์และ พนักงาน	4.87	.34	มากที่สุด	2
ทันตแพทย์มีการใช้ภาษาอธิบายที่เข้าใจง่าย	4.90	.31	มากที่สุด	1
ประสบการณ์และคุณวุฒิของทันตแพทย์	4.83	.48	มากที่สุด	3
อธยาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของ ทันตแพทย์และพนักงาน	4.68	.54	มากที่สุด	4
การให้บริการของพนักงานต้อนรับและอำนวย	4.62	.63	มากที่สุด	5
ความสะดวกด้านหน้าของคลินิก				
มีจำนวนบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอ	4.60	.67	มากที่สุด	6
รวมเฉลี่ย	4.75	.34	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-20 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านบุคลากร มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ทันตแพทย์มีการใช้ภาษาอธิบายที่เข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 รองลงมา ความรู้ความสามารถของทันตแพทย์แพทย์และพนักงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 ประสบการณ์และคุณวุฒิของทันตแพทย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 อธยาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของทันตแพทย์และพนักงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 การให้บริการของพนักงานต้อนรับและอำนวยความสะดวกด้านหน้าของคลินิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และมีจำนวนบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-21 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านผลผลิตและ  
คุณภาพ

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ด้านผลผลิตและคุณภาพ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกกับลูกค้าทั้งก่อน และหลังการให้บริการ	4.61	.63	มากที่สุด	2
มีการติดตามบริการหลังการรักษา	4.63	.83	มากที่สุด	1
มีระยะเวลาในการรับประกันคุณภาพของการ รักษา ในแต่ละด้าน	4.37	.89	มากที่สุด	4
มีการบริการที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล	4.56	.74	มากที่สุด	3
รวมเฉลี่ย	4.54	.62	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-21 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา  
สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านผลผลิตและคุณภาพ  
มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมาก  
ที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ มีการติดตาม  
บริการหลังการรักษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 รองลงมา มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกกับลูกค้าทั้งก่อน  
และหลังการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 มีการบริการที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และมีระยะเวลาในการรับประกันคุณภาพของการรักษา ในแต่ละด้าน ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-22 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านลักษณะทาง  
กายภาพ

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับที่
ความสะอาดของสถานบริการ	4.82	.42	มากที่สุด	1
การตกแต่งของสถานบริการ	4.65	.60	มากที่สุด	3
มีป้ายติดบอกสถานพยาบาลอย่างชัดเจน	4.66	.70	มากที่สุด	2
มีสถานที่นั่งพักอย่างเพียงพอ	4.59	.77	มากที่สุด	4
ชุดยูนิฟอร์ม เครื่องแต่งกายของเจ้าหน้าที่ เหมาะสมกับการให้บริการ	4.54	.79	มากที่สุด	5
รวมเฉลี่ย	4.65	.48	มากที่สุด	-

ตารางที่ 4-22 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา  
สุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านลักษณะทางกายภาพ  
มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมาก  
ที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ความสะอาด  
ของสถานบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 รองลงมา มีป้ายติดบอกสถานพยาบาลอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.66 การตกแต่งของสถานบริการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 และมีสถานที่นั่งพักอย่างเพียงพอ  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้ 2 ข้อ คือ ข้อ 3 และ 4 ดังต่อไปนี้

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทาง  
การตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันต  
กรรมในเมืองพัทยา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงแบ็บริรักษ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน และการศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงแบ็บริรักษ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้นำเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการศึกษาผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 4-23 ถึงตารางที่ 4-76 ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

F แทน ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution

t แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-distribution

\* แทน ค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงแบ็บริรักษ์สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-23 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวบ้านำครักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		F	Sig.
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ด้านบริการ	4.67	.40	4.53	.70	4.29	.69	4.46	.55	4.68	.33	4.68	.62	5.00	.00	4.63	.33	4.51	.50	4.89	.16	2.72	.00	3.64	.23	3.14	.00	8.19*	.00
ด้านราคา	4.62	.60	4.59	.49	4.35	.53	4.19	.72	4.26	.23	4.88	.28	3.58	.74	3.81	.78	4.37	.73	4.70	.41	4.00	.00	4.13	.14	4.75	.00	10.48*	.00
ด้านสถานที่หรือช่องทางการ	4.71	.33	4.55	.66	4.86	.28	4.66	.50	4.77	.35	4.89	.32	4.89	.26	4.29	.60	4.67	.45	4.87	.18	4.00	.00	4.33	.73	4.33	.00	3.61*	.00
ด้านคุณภาพ	4.70	.62	4.00	.90	4.26	.66	4.73	.54	4.10	.57	4.71	.53	4.44	.16	4.21	.71	4.51	.68	4.73	.37	3.67	.00	3.33	.00	3.33	.00	9.28*	.00
ด้านบุคลากร	4.96	.11	4.47	.59	4.87	.17	4.85	.33	4.21	.43	4.92	.24	4.00	.49	4.38	.52	4.72	.43	5.00	.00	4.33	.00	4.33	.37	4.67	.00	17.22*	.00
ด้านกระบวนการบริการ	4.71	.38	4.81	.25	4.95	.14	4.65	.41	4.50	.27	4.83	.28	4.94	.08	4.41	.49	4.67	.42	5.00	.00	4.17	.00	4.42	.09	5.00	.00	6.57*	.00
ด้านผลิตภัณฑ์และคุณภาพ	4.71	.41	4.52	.64	4.71	.43	4.67	.53	4.38	.34	4.71	.48	4.08	.48	3.75	1.16	4.12	1.03	4.80	.27	2.50	.00	4.13	.14	4.00	.00	8.71*	.00
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.75	.43	4.60	.53	4.85	.31	4.69	.40	4.53	.47	4.72	.41	4.63	.08	4.47	.79	4.65	.51	4.52	.66	3.20	.00	4.10	.55	4.60	.00	4.57*	.00
รวมเฉลี่ย	4.73	.31	4.51	.50	4.64	.28	4.61	.41	4.43	.23	4.80	.33	4.45	.21	4.24	.60	4.52	.49	4.81	.26	3.57	.00	4.05	.13	4.23	.00	6.62*	.00

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

- 1 หมายถึง อเมริกัน    2 หมายถึง อังกฤษ    3 หมายถึง สวิสเซอร์แลนด์  
 4 หมายถึง รัสเซีย    5 หมายถึง ฟิลิปปีนส์    6 หมายถึง ออสเตรเลีย  
 7 หมายถึง อิหร่าน    8 หมายถึง ไต้หวัน    9 หมายถึง ไอร์ช  
 10 หมายถึง นอร์เวย์    11 หมายถึง เกาหลี    12 หมายถึง เยอรมัน  
 13 หมายถึง อินเดีย

จากตารางที่ 4-23 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในภาพรวม และทุกด้าน ได้แก่ ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลผลิต และคุณภาพ แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัย นำผลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4-24 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในภาพรวม

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.สหรัฐฯ	4.73	-	.22*	.09	.12	.30*	.07	.28*	.49*	.21	.08	.16*	.68*	.50*
2.อังกฤษ	4.51	-	-	.13	.10	.08	.29*	.06	.27	.01	.30	.06	.46*	.28
3.สวิสฯ	4.64	-	-	-	.03	.21	.16	.19	.40*	.12	.17	.07*	.59*	.41
4.รัสเซีย	4.61	-	-	-	-	.18	.19*	.16	.37*	.09	.20	.04*	.56*	.38
5.ฟิลิปปินส์	4.43	-	-	-	-	-	.37*	.02	.19	.09	.38*	.14*	.38*	.20
6.ออสเตรเลีย	4.80	-	-	-	-	-	-	.35*	.56*	.28*	.01	.23*	.75*	.57*
7.อิหร่าน	4.45	-	-	-	-	-	-	-	.21	.07	.36	.12*	.40*	.22
8.ไต้หวัน	4.24	-	-	-	-	-	-	-	-	.28	.57*	.33*	.19	.01
9.ไอร์แลนด์	4.52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.29	.05*	.47*	.29
10.นอร์เวย์	4.81	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.24*	.76*	.58*

ตารางที่ 24 (ต่อ)

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.73	4.51	4.64	4.61	4.43	4.80	4.45	4.24	4.52	4.81	3.57	4.05	4.23
11. เกาหลี	3.57	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.48	.66*
12. เยอรมัน	4.05	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.18
13. อินเดีย	4.23	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-24 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในทางท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในภาพรวม ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ ฟิลิปปินส์ อิหร่าน ได้หวัน เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ เยอรมัน และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวีเดน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ เยอรมัน และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติได้หวัน เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ ได้หวัน เกาหลี และเยอรมัน และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเยอรมัน และอินเดีย และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย และนอร์เวย์ มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอิหร่าน ได้หวัน ไอร์ช เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอิหร่าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี และเยอรมัน



นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไต้หวัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไต้หวัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไอริช มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี เยอรมนี และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี เยอรมนี และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอินเดีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี

ตารางที่ 4-25 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านบริการ

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.67	4.53	4.29	4.46	4.68	4.68	5.00	4.63	4.51	4.89	2.72	3.64	3.14
1. สหรัฐฯ	4.67	-	.14	.38*	.21*	.01	.01	.33*	.04	.16	.22	1.95*	1.03*	1.53*
2. อังกฤษ	4.53	-	-	.24*	.07	.15	.15	.47*	.10	.02	.36	1.81*	.89*	1.39*
3. สวิสฯ	4.29	-	-	-	.17	.39*	.39*	.71*	.34	.22	.60*	1.57*	.65*	1.15*
4. รัสเซีย	4.46	-	-	-	-	.22	.22*	.54*	.17	.05	.43	1.74*	.82*	1.32*
5. ฟิลิปปินส์	4.68	-	-	-	-	-	.00	.32	.05	.17	.21	1.96*	1.04*	1.54*
6. ออสเตรเลีย	4.68	-	-	-	-	-	-	.32*	.05	.17	.21	1.96*	1.04*	1.54*
7. อิหร่าน	5.00	-	-	-	-	-	-	-	.37	.49*	.21	2.28*	1.36*	1.86*
8. ไต้หวัน	4.63	-	-	-	-	-	-	-	-	.12	.26	1.91*	.99*	1.49*
9. ไอริช	4.51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.38	1.79*	.87*	1.43*
10. นอร์เวย์	4.89	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.17*	1.25*	1.75*
11. เกาหลี	2.72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.92*	.42
12. เยอรมัน	3.64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.50
13. อินเดีย	3.14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเยอรมัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี

ตารางที่ 4-26 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ใน  
เมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านราคา

สัญชาติ	$\bar{X}$													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.62	4.59	4.35	4.19	4.26	4.88	3.58	3.81	4.37	4.70	4.00	4.13	4.75
1.สหรัฐฯ	4.62	-	.03	.27*	.43*	.40*	.26*	1.04*	.81*	.25	.08	.62	.49*	.13
2.อังกฤษ	4.59	-	-	.24*	.40*	.33*	.29*	1.01*	.78*	.22	.11	.59	.46*	.16
3.สวีเดน	4.35	-	-	-	.16	.09	.53*	.77*	.54*	.02	.35	.35	.22	.40
4.รัสเซีย	4.19	-	-	-	-	.07	.69*	.61*	.38	.18	.51*	.19	.06	.56
5.ฟิลิปปินส์	4.26	-	-	-	-	-	.62*	.68*	.45	.11	.44	.26	.13	.49
6.ออสเตรเลีย	4.88	-	-	-	-	-	-	1.30*	1.07*	.51*	.18	.88*	.75*	.13
7.อิหร่าน	3.58	-	-	-	-	-	-	-	.23	.79*	1.12*	.42	.55*	1.17*
8.ไต้หวัน	3.81	-	-	-	-	-	-	-	-	.56*	.11	.19	.32	.94*
9.ไอร์แลนด์	4.37	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.33	.37	.24	.38
10.นอร์เวย์	4.70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.70	.57	.05
11.เกาหลี	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.13	.75
12.เยอรมัน	4.13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.62
13. อินเดีย	4.75	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-26 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ  
ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา  
จำแนกตามสัญชาติ ในด้านราคา ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวีเดน รัสเซีย ฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไต้หวัน เยอรมัน และ  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยว  
ที่มีสัญชาติอเมริกัน

นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติสวีเดน รัสเซีย ฟิลิปปีนส์ อิหร่าน ไต้หวัน เยอรมัน นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติสวีเดน รัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติ อิหร่าน และไต้หวัน และนักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติ ออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติสวีเดน รัสเซีย

นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติรัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติ ไต้หวัน และนักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติออสเตรเลีย นอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติรัสเซีย

นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติฟิลิปปีนส์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติอิหร่าน และนักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติฟิลิปปีนส์

นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติ อิหร่าน ไต้หวัน ไอร์ช เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติไอร์ช นอร์เวย์ เยอรมัน อินเดีย และมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติอิหร่าน

นักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติไอร์ช และอินเดีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีสัญชาติไต้หวัน

ตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.71	4.55	4.86	4.66	4.77	4.89	4.89	4.29	4.67	4.87	4.00	4.33	4.33
1.สหรัฐฯ	4.71	-	.16*	.15	.05	.06	.18*	.18	.42*	.06	.16	.71*	.38	.38
2.อังกฤษ	4.55	-	-	.31*	.11	.22	.34*	.34*	.26	.12	.32	.55*	.22	.22
3.สวิสฯ	4.86	-	-	-	-	.09	.03	.03	.57*	.19	.01	.86*	.53*	.53
4.รัสเซีย	4.66	-	-	-	-	.11	.23*	.23	.37*	.01	.21	.66*	.33	.33
5.ฟิลิปปินส์	4.77	-	-	-	-	-	.12	.12	.48*	.10	.10	.77*	.44*	.44
6.ออสเตรเลีย	4.89	-	-	-	-	-	-	.00	.60*	.22	.02	.89*	.56*	.56*
7.อิหร่าน	4.89	-	-	-	-	-	-	-	.60*	.22	.02	.89*	.56*	.56
8.ไต้หวัน	4.29	-	-	-	-	-	-	-	-	.38	.58*	.29	.04	.04
9.ไอร์แลนด์	4.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.67	.34*	.34	.34
10.นอร์เวย์	4.87	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.87*	.54	.54
11.เกาหลี	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.33	.33
12.เยอรมัน	4.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.00
13. อินเดีย	4.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านการจัดจำหน่าย ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ ไต้หวัน เกาหลี และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย อิหร่าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด

มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไต้หวัน เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ ไต้หวัน และเกาหลี นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจ  
ส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไต้หวัน เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไต้หวัน เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไอริช นอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี

ตารางที่ 4-28 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมือง  
พัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	4.70	4.00	4.26	4.73	4.10	4.71	4.44	4.21	4.51	4.73	3.67	3.33	3.33	
1.สหรัฐฯ	4.70	-	.70*	.44*	.03	.60*	.01	.26	.49*	.19	.03	1.03*	1.37*	1.37*
2.อังกฤษ	4.00	-	-	.26	.73*	.10	.71*	.44*	.21	.51*	.73*	.33	.67*	.67
3.สวิสฯ	4.26	-	-	-	.47*	.16*	.45	.18	.05	.25	.47	.59	.93*	.93*
4.รัสเซีย	4.73	-	-	-	-	.63*	.02	.29	.52	.22	.00	1.06*	1.40*	1.40*
5.ฟิลิปปินส์	4.10	-	-	-	-	-	.61*	.34	.11	.41	.63	.57	.23*	.23
6.ออสเตรเลีย	4.71	-	-	-	-	-	-	.27	.50*	.20	.02	.04*	1.38*	1.38*
7.อิหร่าน	4.44	-	-	-	-	-	-	-	.23	.93	.29	.77	1.11*	1.11*
8.ไต้หวัน	4.21	-	-	-	-	-	-	-	-	.52	.52	.46	.88*	.88
9.ไอริช	4.51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.22	.84*	.78*	.78*
10.นอร์เวย์	4.73	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.06*	1.40*	1.40*
11.เกาหลี	3.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.34	.34
12.เยอรมัน	3.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.00
13. อินเดีย	3.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-28 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ  
ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา  
จำแนกตามสัญชาติ ในด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ สวิสเซอร์แลนด์ ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเยอรมัน นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย ออสเตรเลีย อิหร่าน และนอร์เวย์ มี  
ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ เยอรมัน และอินเดีย และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย  
มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ ฟิลิปปินส์ เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเยอรมัน และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วน  
ประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ ไต้หวัน เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไอริช นอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

ตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมือง  
พัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านบุคลากร

สัญชาติ	$\bar{X}$													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.96	4.47	4.87	4.85	4.21	4.92	4.00	4.38	4.72	5.00	4.33	4.33	4.67
1.สหรัฐฯ	4.96	-	.49*	.09	.11	.75*	.04	.96*	.58*	.14*	.14	.63*	.63*	.29
2.อังกฤษ	4.47	-	-	.40*	.38*	.26*	.45*	.47*	.09	.25*	.53*	.14	.14	.20
3.สวีเดน	4.87	-	-	-	.02	.66*	.05	.87*	.49*	.15	.13	.54*	.54*	.20
4.รัสเซีย	4.85	-	-	-	-	.64*	.07	.85*	.47*	.13	.15	.52	.52	.15
5.ฟิลิปปินส์	4.21	-	-	-	-	-	.71*	.21	.17	.51*	.79*	.12	.12	.46
6.ออสเตรเลีย	4.92	-	-	-	-	-	-	.92*	.54*	.20	.18	.59*	.59*	.25
7.อิหร่าน	4.00	-	-	-	-	-	-	-	.38*	.72*	1.00*	.33	.33	.67*
8.ไต้หวัน	4.38	-	-	-	-	-	-	-	-	.34*	.62*	.05	.05	.29
9.ไอร์แลนด์	4.72	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.28	.39	.39*	.05
10.นอร์เวย์	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.67*	.67*	.33
11.เกาหลี	4.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.00	.34
12.เยอรมัน	4.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.34
13. อินเดีย	4.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านบุคลากร ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ ฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไต้หวัน ไอร์แลนด์ เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไอร์แลนด์ นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวีเดน ออสเตรเลีย และนอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวีเดน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไต้หวัน เกาหลี และเยอรมัน



นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ อิหร่าน และได้หวัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย ไอร์แลนด์ และนอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทาง  
การตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ อิหร่าน ได้หวัน เกาหลี และเยอรมันมีความพึงพอใจส่วน  
ประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติได้หวัน ไอร์แลนด์ และอินเดีย มีความพึงพอใจส่วนประสม  
ทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอิหร่าน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี และเยอรมัน

ตารางที่ 4-30 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมือง  
พัทยา จำแนกตามสัญชาติในด้านกระบวนการให้บริการ (n = 385)

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.71	4.81	4.95	4.65	4.50	4.83	4.94	4.41	4.67	5.00	4.17	4.42	5.00
1.สหรัฐฯ	4.71	-	.10	.24*	.06	.21*	.12*	.23*	.30*	.06	.29*	.53*	.29*	.29
2.อังกฤษ	4.81	-	-	.14*	.24	.31*	.02	.13	.40*	.13	.29	.64*	.39*	.19
3.สวีเดน	4.95	-	-	-	.30*	.45*	.12	.01	.54*	.28*	.05	.78*	.53*	.05
4.รัสเซีย	4.65	-	-	-	-	.15	.18*	.29*	.24*	.02	.35*	.48*	.23	.35
5.ฟิลิปปินส์	4.50	-	-	-	-	-	.33*	.44*	.09	.17	.50*	.33	.08	.50*
6.ออสเตรเลีย	4.83	-	-	-	-	-	-	.11	.42*	.16	.17	.66*	.41*	.17
7.อิหร่าน	4.94	-	-	-	-	-	-	-	.53*	.27*	.06	.77*	.52*	.06
8.ได้หวัน	4.41	-	-	-	-	-	-	-	-	.26	.59*	.24	.01	.59*
9.ไอร์แลนด์	4.67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.50*	.50*	.25	.33
10.นอร์เวย์	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.83*	.58*	.00
11.เกาหลี	4.17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.25	.83*
12.เยอรมัน	4.42	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.58
13. อินเดีย	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ  
ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา  
จำแนกตามสัญชาติ ในด้านกระบวนการให้บริการ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย ได้หวัน เกาหลี และเยอรมัน และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ  
สวิสเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย นอร์เวย์ และอิหร่าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ ได้หวัน เกาหลี และเยอรมัน นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ  
สวิสเซอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย ฟิลิปปินส์ ได้หวัน ไอร์แลนด์ เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ ได้หวัน และเกาหลี นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย อิหร่าน และ  
นอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติได้หวัน เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอิหร่าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติได้หวัน ไอร์แลนด์ และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ และอินเดีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติได้หวัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี และนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสม  
ทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไอร์แลนด์

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอินเดีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี

ตารางที่ 4- 31 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ใน  
เมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติในด้านลักษณะทางกายภาพ

สัญชาติ	$\bar{X}$													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.71	4.52	4.71	4.67	4.38	4.71	4.08	3.75	4.12	4.80	2.50	4.13	4.00
1.สหรัฐฯ	4.71	-	.21*	.00	.04	.33*	.00	.63*	.04*	.59*	.09	.221*	.58*	.71*
2.อังกฤษ	4.52	-	-	.21	.15	.14	.19	.44*	.77*	.40*	.28	2.02*	.39	.52
3.สวิสฯ	4.71	-	-	-	.04	.33*	.00	.63*	.096*	.59*	.09	2.21*	.58*	.71*
4.รัสเซีย	4.67	-	-	-	-	.29*	.04	.59*	.92*	.55*	.13	2.17*	.54*	.67*
5.ฟิลิปปินส์	4.38	-	-	-	-	-	.33	.30*	.63*	.26	.42	1.88*	.25	.38
6.ออสเตรเลีย	4.71	-	-	-	-	-	-	.63*	.96*	.59*	.09	2.21*	.58*	.71*
7.อิหร่าน	4.08	-	-	-	-	-	-	-	.33	.04	.72*	1.58*	.05	.08
8.ไต้หวัน	3.75	-	-	-	-	-	-	-	-	.27	1.05*	1.25*	.38	.25
9.ไอร์แลนด์	4.12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.68*	1.58*	.01	.12
10.นอร์เวย์	4.80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.30*	.67*	.80*
11.เกาหลี	2.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.63*	1.50*
12.เยอรมัน	4.13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.13
13. อินเดีย	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-31 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ ฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไต้หวัน ไอร์แลนด์ เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอิหร่าน ไต้หวัน ไอร์แลนด์ นอร์เวย์

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไต้หวัน ไอร์แลนด์ เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไต้หวัน ไอร์แลนด์ เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอิหร่าน ไต้หวัน ไอร์แลนด์ เกาหลี เยอรมัน และอินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอิหร่าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทาง  
การตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ อิหร่าน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไต้หวัน และไอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วน  
ประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ ไต้หวัน และไอร์แลนด์

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี เยอรมัน อินเดีย

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเยอรมัน และอินเดีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี

ตารางที่ 4-32 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ใน  
เมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติในด้านผลผลิต และคุณภาพ

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.75	4.60	4.85	4.69	4.53	4.72	4.63	4.47	4.65	4.52	3.20	4.10	4.60
1.สหรัฐฯ	4.75	-	.15*	.10	.06	.22	.03	.12	.28	.10	.23	1.55*	.65*	.15
2.อังกฤษ	4.60	-	-	.25*	.09	.07	.12	.03	.13	.05	.08	1.40*	.50*	.00
3.สวีเดน	4.85	-	-	-	.16	.32*	.13	.22	.38*	.20	.33	1.65*	.75*	.25
4.รัสเซีย	4.69	-	-	-	-	.16	.03	.06	.22	.04	.17	1.49*	.59*	.09
5.ฟิลิปปินส์	4.53	-	-	-	-	-	.21	.10	.06	.08	.01	1.33*	.43*	.07
6.ออสเตรเลีย	4.72	-	-	-	-	-	-	.09	.25	.07	.20	1.52*	.62*	.12
7.อิหร่าน	4.63	-	-	-	-	-	-	-	.16	.02	.11	1.43*	.53*	.03
8.ไต้หวัน	4.47	-	-	-	-	-	-	-	-	.18	.05	1.27*	.37	.13
9.ไอร์แลนด์	4.65	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.13	1.45*	.55*	.05

ตารางที่ 4-32 (ต่อ)

สัญชาติ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		4.75	4.60	4.85	4.69	4.53	4.72	4.63	4.47	4.65	4.52	3.20	4.10	4.60
10. นอร์เวย์	4.52	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.72*	.42	.08
11. เกาหลี	3.20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.90*	1.40*
12. เยอรมัน	4.10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.50
13. อินเดีย	4.60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-32 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านผลผลิตและคุณภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอเมริกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี และเยอรมัน นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิตเซอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติสวิตเซอร์แลนด์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติฟิลิปปินส์ ไต้หวัน เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติรัสเซีย ออสเตรเลีย ฟิลิปปินส์ อิหร่าน ไต้หวัน ไรซ์ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ เกาหลี และเยอรมัน

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาตินอร์เวย์ เยอรมัน และอินเดีย มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติเกาหลี

ตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จ้าแนกตามเพศ

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	เพศ				t	Sig.
	เพศชาย (n=150)		เพศหญิง (n=235)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.55	.58	4.54	.66	.16	.87
2. ด้านราคา	4.47	.63	4.43	.63	.70	.48
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.70	.53	4.68	.42	.29	.77
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.31	.81	4.56	.59	-3.31*	.00
5. ด้านบุคลากร	4.67	.49	4.72	.45	-.87	.38
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.75	.34	4.75	.34	-.08	.94
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.54	.62	4.54	.60	.10	.91
8. ด้านผลผลิตและคุณภาพ	4.66	.49	4.65	.46	.12	.90
รวม	4.58	.43	4.61	.40	-.62	.54

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-33 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพไม่ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-34 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	อายุ				t	Sig.
	> 40 ปี (n=118)		< 40 ปี (n=267)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.32	.67	4.64	.56	-4.81*	.00
2. ด้านราคา	4.29	.71	4.53	.58	-3.47*	.00
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.53	.48	4.76	.48	-4.31*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.35	.70	4.43	.76	-1.01	.31
5. ด้านบุคลากร	4.63	.45	4.71	.48	-1.61	.11
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.59	.39	4.82	.29	-6.36*	.00
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.38	.73	4.61	.54	-3.48*	.00
8. ด้านผลผลิตและคุณภาพ	4.72	.42	4.62	.50	.01	1.81
รวม	4.48	.40	4.64	.41	.53	-3.62

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-34 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ในด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลผลิตและคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-35 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจส่วนประสม ทางการตลาดในการท่องเที่ยว เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ระดับการศึกษา										F	Sig.
	1		2		3		4		5			
	(n = 75)		(n = 119)		(n = 149)		(n = 37)		(n = 5)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.87	.34	4.56	.68	4.34	.60	4.75	.42	3.77	.86	14.33*	.00
2. ด้านราคา	4.87	.32	4.36	.65	4.24	.66	4.82	.30	4.10	.14	20.43*	.00
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	4.92	.14	4.62	.60	4.66	.48	4.63	.48	4.27	.37	6.36*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.91	.20	4.34	.72	4.16	.82	4.68	.63	3.73	.55	17.91*	.00
5. ด้านบุคลากร	4.97	.16	4.57	.59	4.62	.42	4.84	.37	4.20	.73	13.12*	.00
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.93	.20	4.84	.28	4.57	.37	4.80	.26	4.70	.27	21.18*	.00
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.85	.31	4.43	.70	4.43	.62	4.85	.29	3.75	.68	12.73*	.00
8. ด้านผลผลิตและคุณภาพ	4.80	.30	4.62	.51	4.62	.47	4.70	.53	3.68	.11	7.87*	.00
รวม	4.89	.15	4.54	.49	4.46	.35	4.76	.38	4.03	.46	21.58*	.00

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

- 1 หมายถึง มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.
- 2 หมายถึง ปวส./ อนุปริญญา
- 3 หมายถึง ปริญญาตรี
- 4 หมายถึง ปริญญาโท
- 5 หมายถึง สูงกว่าปริญญาโท

จากตารางที่ 4-35 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม และทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ



ด้านผลผลิตและคุณภาพ แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัย นำผลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้วิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4-36 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามการศึกษา ในภาพรวม

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.89	4.54	4.46	4.76	4.03
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.89	-	.35*	.43*	.13	.86*
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.54	-	-	.08	.22*	.51*
3. ปริญญาตรี	4.46	-	-	-	.30*	.43*
4. ปริญญาโท	4.76	-	-	-	-	.73*
5. สูงกว่าปริญญาโท	4.03	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-36 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4-37 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมือง  
พัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.87	4.56	4.34	4.75	3.77
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.87	-	.31*	.53*	.12	.110*
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.56	-	-	.22*	.19	.79*
3. ปริญญาตรี	4.34	-	-	-	.41*	.57*
4. ปริญญาโท	4.75	-	-	-	-	.98*
5. สูงกว่าปริญญาโท	3.77	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-37 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4-38 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านราคา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.87	4.36	4.24	4.82	4.10
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.87	-	.51*	.63*	.05	.77*
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.36	-	-	.12	.46*	.26
3. ปริญญาตรี	4.24	-	-	-	.58*	.14
4. ปริญญาโท	4.82	-	-	-	-	.72*
5. สูงกว่าปริญญาโท	4.10	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-38 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านราคา ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ใน  
เมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.92	4.62	4.66	4.63	4.27
1. ม.ปลาย / ปวช.	4.92	-	.30*	.26*	.29*	.65*
2. ปวส. / อนุปริญญา	4.62	-	-	.04	.01	.35
3. ปริญญาตรี	4.66	-	-	-	.03	.39
4. ปริญญาโท	4.63	-	-	-	-	.36
5. สูงกว่าปริญญาโท	4.27	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ  
ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา  
จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา  
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่  
มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4-40 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง  
บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมือง  
พัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.91	4.34	4.16	4.68	3.73
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.91	-	.57*	.75*	.23	1.18*
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.34	-	-	.18*	.34*	.39
3. ปริญญาตรี	4.16	-	-	-	.52*	.57
4. ปริญญาโท	4.68	-	-	-	-	.05*
5. สูงกว่าปริญญาโท	3.73	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-40 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปริญญาตรี และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญา มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4-41 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านบุคลากร

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.97	4.57	4.62	4.84	4.20
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.97	-	.40*	.35*	.13	.77*
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.57	-	-	.05	.27*	.37
3. ปริญญาตรี	4.62	-	-	-	.22*	.42*
4. ปริญญาโท	4.84	-	-	-	-	.64*
5. สูงกว่าปริญญาโท	4.20	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-41 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านบุคลากร ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปวส. หรืออนุปริญญา และปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 4-42 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.93	4.84	4.57	4.80	4.70
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.93	-	.09	.36*	.13*	.23
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.84	-	-	.27*	.04	.14
3. ปริญญาตรี	4.57	-	-	-	.23*	.13
4. ปริญญาโท	4.80	-	-	-	-	.10
5. สูงกว่าปริญญาโท	4.70	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-42 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านกระบวนการให้บริการ ดังนี้

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษา ระดับปวส. หรืออนุปริญญา มีความพึงพอใจส่วน ประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสม ทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด มากกว่านักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 4-43 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว เิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยงชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านลักษณะทางกายภาพ

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.85	4.43	4.43	4.85	3.75
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.85	-	.42*	.42*	.00	1.10*
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.43	-	-	.00	.42*	.68*
3. ปริญญาตรี	4.43	-	-	-	.42*	.68*
4. ปริญญาโท	4.85	-	-	-	-	.90*
5. สูงกว่าปริญญาโท	3.75	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-43 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ ท่องเที่ยงเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยงชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีระดับความ พึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษา ระดับปวส. หรืออนุปริญญา มีความพึงพอใจส่วน ประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยงที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4-44 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านผลผลิตและคุณภาพ

การศึกษา	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.80	4.62	4.62	4.70	3.68
1. ม.ปลาย/ ปวช.	4.80	-	.18*	.18*	.10	1.12*
2. ปวส./ อนุปริญญา	4.62	-	-	.00	.08	.94*
3. ปริญญาตรี	4.62	-	-	-	.08	.94*
4. ปริญญาโท	4.70	-	-	-	-	1.02*
5. สูงกว่าปริญญาโท	3.68	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-44 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านผลผลิตและคุณภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ระดับปวส. หรืออนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาโท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโท



ตารางที่ 4-45 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจส่วนประสม ทางการตลาดในการ ท่องเที่ยว เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	อาชีพ										F	Sig.
	1		2		3		4		5			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.02	.64	4.70	.48	4.70	.43	3.95	.79	4.49	.68	12.32*	.00
2. ด้านราคา	3.81	.66	4.68	.41	4.55	.63	4.25	.38	4.41	.64	13.57*	.00
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	.51	4.80	.37	4.78	.37	4.89	.17	4.64	.57	8.60*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.52	.64	4.42	.82	4.60	.57	3.67	.50	4.29	.79	5.31*	.00
5. ด้านบุคลากร	4.77	.34	4.78	.41	4.70	.45	4.78	.17	4.61	.55	2.07	.08
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.35	.36	4.86	.23	4.72	.35	4.56	.33	4.80	.32	17.55*	.00
7. ด้านลักษณะ ภายนอกกายภาพ	4.30	.83	4.79	.35	4.57	.65	4.25	.38	4.46	.62	6.12*	.00
8. ด้านผลผลิตและคุณภาพ	4.56	.63	4.63	.47	4.77	.34	4.73	.20	4.60	.52	2.72*	.03
รวม	4.33	.46	4.71	.31	4.67	.35	4.38	.32	4.54	.47	7.41*	.00

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

- 1 หมายถึง นักศึกษา
- 2 หมายถึง รับราชการ
- 3 หมายถึง ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 4 หมายถึง พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 5 หมายถึง พนักงานบริษัท

จากตารางที่ 4-45 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ส่วนในภาพรวม และในด้าน ได้แก่ ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลผลิตและคุณภาพ แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัย นำผลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4-46 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในภาพรวม

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.33	4.71	4.67	4.38	4.54
1. นักศึกษา	4.33	-	.38*	.34*	.05	.21*
2. รับราชการ	4.71	-	-	.04	.33*	.17*
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.67	-	-	-	.29	.13*
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.38	-	-	-	-	.16
5. พนักงานบริษัท	4.54	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-46 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ภาพรวม ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รับราชการ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ตารางที่ 4-47 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.02	4.70	4.70	3.95	4.49
1. นักศึกษา	4.02	-	.68*	.68*	.07	.47*
2. รัฐบาล	4.70	-	-	.00	.75*	.21*
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.70	-	-	-	.75*	.21*
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.95	-	-	-	-	.54*
5. พนักงานบริษัท	4.49	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-47 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รัฐบาล ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่อาชีพรัฐบาล และธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัทมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4-48 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในด้านราคา

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		3.81	4.68	4.55	4.25	4.41
1. นักศึกษา	3.81	-	.87*	.74*	.44*	.60*
2. รับราชการ	4.68	-	-	.13	.43*	.27*
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.55	-	-	-	.30	.14*
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.25	-	-	-	-	.16
5. พนักงานบริษัท	4.41	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-48 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านราคา ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ตารางที่ 4-49 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.28	4.80	4.78	4.89	4.64
1. นักศึกษา	4.28	-	.52*	.50*	.61*	.36*
2. รับราชการ	4.80	-	-	.02	.09	.16*
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.78	-	-	-	.11	.14*

ตารางที่ 4-49 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.28	4.80	4.78	4.89	4.64
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.89	-	-	-	-	.25
5. พนักงานบริษัท	4.64	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-49 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพรับราชการ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่อาชีพรับราชการ และธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ตารางที่ 4-50 การเปรียบเทียบรายกลุ่ม ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในการส่งเสริมการตลาด

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.52	4.42	4.60	3.67	4.29
1. นักศึกษา	4.52	-	.10	.08	.85*	.22
2. รับราชการ	4.42	-	-	.18	.75*	.13
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.60	-	-	-	.07*	.31*
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.67	-	-	-	-	.62*
5. พนักงานบริษัท	4.29	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-50 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา อาชีพรับราชการ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวที่อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ตารางที่ 4-51 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านกระบวนการให้บริการ

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.35	4.86	4.72	4.56	4.80
1. นักศึกษา	4.35	-	.51*	.37*	.21	.45*
2. รับราชการ	4.86	-	-	.14*	.30*	.06
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.72	-	-	-	.16	.08*
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.56	-	-	-	-	.24*
5. พนักงานบริษัท	4.80	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-51 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านกระบวนการให้บริการ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่เป็นรับราชการ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่อาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และพนักงานรัฐวิสาหกิจ

นักท่องเที่ยวที่อาชีพพนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และพนักงานรัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 4-52 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในด้านผลผลิตและคุณภาพ

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.56	4.63	4.77	4.73	4.60
1. นักศึกษา	4.56	-	.07	.21*	.17	.04
2. รับราชการ	4.63	-	-	.14*	.10	.03
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.77	-	-	-	.04	.17*
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.73	-	-	-	-	.13*
5. พนักงานบริษัท	4.60	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-52 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านผลผลิต และคุณภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา และอาชีพรับราชการ

นักท่องเที่ยวที่อาชีพธุรกิจส่วนตัว และพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

ตารางที่ 4-53 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพในด้านลักษณะทางกายภาพ

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.30	4.79	4.57	4.25	4.46
1. นักศึกษา	4.30	-	.49*	.27*	.05	.16
2. รับราชการ	4.79	-	-	.22*	.54*	.33*
3. ธุรกิจส่วนตัว	4.57	-	-	-	.32	.11

ตารางที่ 4-53 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.30	4.79	4.57	4.25	4.46
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.25	-	-	-	-	.21
5. พนักงานบริษัท	4.46	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-53 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่เป็นรับราชการ และธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักศึกษา

นักท่องเที่ยวที่อาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท

ตารางที่ 4-54 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ระดับรายได้ต่อเดือน										F	Sig.
	1		2		3		4		5			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.56	.67	4.74	.31	4.45	.62	4.70	.62	4.58	.55	16.92*	.00
2. ด้านราคา	4.39	.59	4.49	.32	4.27	.72	4.73	.44	4.42	.66	4.58*	.00
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	.39	4.83	.28	4.65	.46	4.84	.30	4.67	.54	5.63*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.68	.70	4.04	.73	4.61	.60	4.33	.77	4.48	.72	8.26*	.00
5. ด้านบุคลากร	4.47	.48	4.26	.43	4.92	.15	4.67	.452	4.71	.49	9.50*	.00



ตารางที่ 4-54 (ต่อ)

ความพึงพอใจส่วนประสม ทางการตลาดในการท่องเที่ยว เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ระดับรายได้ต่อเดือน										F	Sig.
	1		2		3		4		5			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.70	.43	4.72	.23	4.61	.37	4.81	.30	4.77	.34	3.05*	.02
7. ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	3.83	.55	4.58	.34	4.70	.36	4.62	.66	4.54	.64	8.00*	.00
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.39	.53	4.63	.35	4.85	.22	4.69	.51	4.63	.50	3.78*	.01
รวม	4.16	.42	4.54	.16	4.63	.34	4.67	.39	4.60	.44	6.15*	.00

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

1 หมายถึง น้อยกว่า 20,000 บาท

2 หมายถึง 20,000 - 29,999 บาท

3 หมายถึง 30,000-39,999 บาท

4 หมายถึง 40,000 - 49,999 บาท

5 หมายถึง 50,000 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4-54 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ส่วนในภาพรวม และในด้าน ได้แก่ ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลผลิตและคุณภาพ แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัย นำผลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD ดังนี้

ตารางที่ 4-55 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในภาพรวม

ระดับรายได้ ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	4.16	-	.38*	.47*	.51*	.44*
2. 20,000-29,999	4.54	-	-	.09	.13	.06
3. 30,000-39,999	4.63	-	-	-	.04	.03
4. 40,000-49,999	4.67	-	-	-	-	.07
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.60	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-55 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ  
ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา  
จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนต่อ ในภาพรวม ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท 30,000-39,999 บาท  
40,000-49,999 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า  
นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท

ตารางที่ 4-56 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ระดับรายได้ ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	3.56	-	.18*	1.09*	1.14*	1.02*
2. 20,000 - 29,999	4.74	-	-	.29*	.04	.16
3. 30,000-39,999	4.45	-	-	-	.25*	.13
4. 40,000-49,999	4.70	-	-	-	-	.12

ตารางที่ 4-56 (ต่อ)

ระดับรายได้		1	2	3	4	5
ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	3.56	4.74	4.45	4.70	4.58
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.58	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-56 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท 30,000-39,999 บาท 40,000- 49,999 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท

ตารางที่ 4-57 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนในด้านราคา

ระดับรายได้		1	2	3	4	5
ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	4.39	4.49	4.27	4.73	4.42
1. น้อยกว่า 20,000	4.39	-	.10	.12	.34*	.03
2. 20,000 - 29,999	4.49	-	-	.22	.24	.07
3. 30,000-39,999	4.27	-	-	-	.46*	.15
4. 40,000-49,999	4.73	-	-	-	-	.31*
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.42	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-57 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านราคา ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4-58 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	4.28	-	.60*	.37*	.56*	.39*
2. 20,000 - 29,999	4.83	-	-	.18	.01	.16
3. 30,000-39,999	4.65	-	-	-	.19*	.02
4. 40,000 - 49,999	4.84	-	-	-	-	.17*
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.67	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-58 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท ระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท ระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท และ 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4-59 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนในด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	3.68	-	.36	.07*	.35*	.20*
2. 20,000-29,999	4.04	-	-	.57*	.29	.44*
3. 30,000-39,999	4.61	-	-	-	.32*	.13
4. 40,000-49,999	4.33	-	-	-	-	.15
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.48	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-59 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท ระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท

ตารางที่ 4-60 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนในด้านบุคลิกภาพ

ระดับรายได้ ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	4.47	-	.21	.45*	.20	.24*
2. 20,000-29,999	4.26	-	-	.66*	.41*	.45*
3. 30,000-39,999	4.92	-	-	-	.25*	.21*
4. 40,000-49,999	4.67	-	-	-	-	.04
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.71	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 60 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ  
ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา  
จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านบุคลิกภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท ระดับรายได้ต่อเดือน  
40,000-49,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนประสมทาง  
การตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท และระดับรายได้ต่อ  
เดือน 20,000-29,999 บาท

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท มีความพึงพอใจส่วนประสม  
ทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท และระดับรายได้  
ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4-61 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนในด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับรายได้ ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	4.70	-	.02	.09	.11	.07
2. 20,000-29,999	4.72	-	-	.11	.09	.05
3. 30,000-39,999	4.61	-	-	-	.20*	.16*
4. 40,000-49,999	4.81	-	-	-	-	.06
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.77	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-61 การเปรียบเทียบรายคู่ ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด  
ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมือง  
พัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านกระบวนการให้บริการ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับ  
รายได้ ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีระดับความ  
พึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999  
บาท

ตารางที่ 4-62 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยว  
เชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม  
ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนในด้านผลผลิตและคุณภาพ

ระดับรายได้ ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	4.39	-	.24	.46*	.30*	.36*
2. 20,000-29,999	4.63	-	-	.22	.06	.00
3. 30,000-39,999	4.85	-	-	-	.16	.22*
4. 40,000-49,999	4.69	-	-	-	-	.06
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.63	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-62 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านผลผลิตและคุณภาพ ดังนี้

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 ระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4-63 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือนในด้านลักษณะทางกายภาพ

ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท)	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
1. น้อยกว่า 20,000	3.83	-	.75*	.93*	.79*	.71*
2. 20,000- 29,999	4.58	-	-	.12	.04	.04
3. 30,000-39,999	4.70	-	-	-	.08	.16
4. 40,000-49,999	4.62	-	-	-	-	.08
5. 50,000 บาทขึ้นไป	4.54	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-63 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 ระดับรายได้ต่อเดือน 30,000-39,999 บาท ระดับรายได้ต่อเดือน 40,000-49,999 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท



ตารางที่ 4-64 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรมแบบทั่วไป				t	Sig.
	เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน					
	ใช้บริการ (n= 268)		ไม่ใช้บริการ (n = 117)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.49	.61	4.66	.60	-2.50*	.01
2. ด้านราคา	4.48	.62	4.39	.66	1.24	.22
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.60	.53	4.90	.29	-5.91*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.38	.76	4.47	.68	-1.04	.30
5. ด้านบุคลากร	4.71	.46	4.64	.51	1.48	.14
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.70	.36	4.86	.25	-4.34*	.00
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.54	.60	4.55	.66	-.26	.79
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.64	.48	4.69	.48	-.89	.38
รวม	4.57	.44	4.65	.37	-1.69	.09

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-64 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรมแบบทั่วไปในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน ในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร

ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-65 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการด้านทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรมแบบทั่วไป				t	Sig.
	เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน					
	ให้บริการ (n = 268)		ไม่ให้บริการ (n = 117)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.49	.61	4.66	.60	-2.50*	.01
2. ด้านราคา	4.48	.62	4.39	.66	1.24	.22
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.60	.53	4.90	.29	-5.91*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.38	.76	4.47	.68	-1.04	.30
5. ด้านบุคลากร	4.71	.46	4.64	.51	1.48	.14
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.70	.36	4.86	.25	-4.34*	.00
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.54	.60	4.55	.66	-.26	.79
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.64	.48	4.69	.48	-.89	.38
รวม	4.57	.44	4.65	.37	-1.69	.09

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-65 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรมแบบทั่วไปในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสภาพ ทำความสะอาดฟัน ในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสอบสภาพ ความสะอาดฟัน ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-66 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรม เพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรม เพื่อความสวยงาม				t	Sig.
	เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน					
	ให้บริการ (n = 210)		ไม่ให้บริการ (n = 175)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.66	.48	4.40	.72	4.29*	.00
2. ด้านราคา	4.41	.68	4.50	.56	-1.42	.16
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.71	.43	4.66	.56	1.03	.30
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.62	.51	4.16	.88	6.40*	.00
5. ด้านบุคลากร	4.78	.41	4.58	.52	4.26*	.00
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.78	.32	4.71	.36	2.06*	.04
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.59	.60	4.48	.63	1.86	.06
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.71	.41	4.59	.53	2.48*	.01
รวม	4.66	.35	4.51	.48	3.55*	.00

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-66 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรมเพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน ในภาพรวม แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมเพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมเพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมเพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบผิวฟัน ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลผลิตและคุณภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-67 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรม รักษาฟันและเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรม รักษาฟันและเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน				t	Sig.
	ใช้บริการ (n = 78)		ไม่ใช้บริการ (n = 307)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.77	.39	4.49	.65	3.63*	.00
2. ด้านราคา	4.50	.58	4.44	.64	.79	.43
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.89	.38	4.64	.50	4.12*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.30	.86	4.43	.70	-1.40	.16
5. ด้านบุคลากร	4.65	.47	4.70	.48	-.74	.46

ตารางที่ 4-67 (ต่อ)

ความพึงพอใจส่วนประสมทาง การตลาดในการท่องเที่ยว เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทัศนกรรมรักษารากฟัน และเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน				t	Sig.
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.75	.36	4.75	.33	.02	.99
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.62	.54	4.52	.63	1.42	.16
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.64	.52	4.66	.46	-.25	.80
รวม	4.64	.38	4.58	.43	1.19	.24

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-67 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทัศนกรรม ในเมืองพัทยา  
จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดใน  
การบริการทัศนกรรมรักษารากฟันและเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟันในภาพรวม แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ  
ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้  
และไม่ใช้บริการทัศนกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทัศนกรรมรักษาราก  
ฟันและเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม  
การตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและ  
คุณภาพ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทัศนกรรมรักษารากฟัน  
และเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้  
บริการทัศนกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทัศนกรรมรักษารากฟันและ  
เนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟันในภาพรวม ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านช่องทางการจัด  
จำหน่าย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-68 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรม รากฟันเทียม เช่นการปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไป

ความพึงพอใจส่วนประสมทาง การตลาดในการท่องเที่ยว เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรม รากฟันเทียม เช่นการปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไป				t	Sig.
	ใช้บริการ (n= 82)		ไม่ใช้บริการ (n = 303)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.69	.41	4.51	.65	2.44*	.02
2. ด้านราคา	4.54	.54	4.43	.65	1.45	.15
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.88	.20	4.64	.53	4.11*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.65	.67	4.34	.75	3.33*	.00
5. ด้านบุคลากร	4.90	.22	4.63	.51	4.73*	.00
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.82	.33	4.73	.34	1.98*	.05
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.69	.48	4.50	.64	2.42*	.02
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.68	.45	4.65	.48	2.85*	.01
รวม	4.73	.31	4.55	.44	.59	.56

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-68 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรม รากฟันเทียม เช่น การปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไปในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมรากฟันเทียม เช่นการปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไป ในด้านราคาต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมรักษารากฟันและเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟันในภาพรวม

ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมรักษารากฟันเทียม เช่นการปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไป ในภาพรวม ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-69 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมจัดฟัน

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรมจัดฟัน				t	Sig.
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.80	.27	4.52	.63	2.30*	.02
2. ด้านราคา	4.54	.36	4.45	.64	.72	.47
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.89	.23	4.67	.50	1.17	.25
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.25	.73	4.42	.74	2.21*	.03
5. ด้านบุคลากร	4.37	.49	4.71	.46	-1.17	.24
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.70	.23	4.75	.35	-3.69*	.00
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.56	.39	4.54	.63	-.82	.41
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.66	.39	4.65	.48	.07	.94
รวม	4.60	.17	4.59	.43	.07	.95

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-69 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรม จัดฟันในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมจัดฟัน ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิต และคุณภาพต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมจัดฟันใน ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนก ตามประเภทของการบริการทันตกรรมจัดฟัน ในภาพรวม ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-70 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภท ของการบริการด้านศัลยกรรมช่องปาก เช่นการผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัด เหงือก

ความพึงพอใจส่วนประสมทาง การตลาดในการท่องเที่ยว เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ศัลยกรรมช่องปาก เช่นการผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก				t	Sig.
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.58	.58	4.53	.63	.69	.49
2. ด้านราคา	4.26	.69	4.52	.59	-3.66*	.00
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.67	.48	4.70	.49	-.39	.70
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.54	.58	4.36	.78	2.19*	.03
5. ด้านบุคลากร	4.79	.38	4.65	.50	2.54*	.01
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.76	.34	4.75	.34	.39	.70
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.65	.43	4.50	.67	.03	.15
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.76	.32	4.61	.52	.01	.15
รวม	4.63	.35	4.58	.44	.29*	.05

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 4-70 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการ ด้านศัลยกรรมช่องปาก เช่นการผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือกในภาพรวม แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการด้านศัลยกรรมช่องปาก เช่น การผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการด้านศัลยกรรมช่องปาก เช่น การผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการศัลยกรรมช่องปาก เช่น การผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการด้านศัลยกรรมช่องปาก เช่น การผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก ในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-71 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมสำหรับเด็ก

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรมสำหรับเด็ก				t	Sig.
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ			
	(n= 4)		(n = 381)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	5.00	.00	4.54	.61	1.50	.14
2. ด้านราคา	5.00	.00	4.45	.63	1.75	.08
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.83	.19	4.69	.49	.59	.56
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.67	.38	4.41	.74	.70	.48
5. ด้านบุคลากร	5.00	.00	4.69	.47	1.32	.19
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.42	.29	4.75	.34	-1.98*	.05

ตารางที่ 4-71 (ต่อ)

ความพึงพอใจส่วนประสมทาง การตลาดในการท่องเที่ยว เชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทัศนกรรมสำหรับเด็ก				t	Sig.
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.13	.43	4.55	.61	-1.36	.17
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.50	.35	4.65	.47	-.65	.52
รวม	4.69	.10	4.59	.43	.49	.62

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-71 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทัศนกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทัศนกรรมสำหรับเด็ก ในภาพรวม แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทัศนกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทัศนกรรมสำหรับเด็กในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทัศนกรรมสำหรับเด็ก ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทัศนกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทัศนกรรมสำหรับเด็ก ในด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-72 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก				t	Sig.
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.59	.70	4.54	.61	.421	.67
2. ด้านราคา	4.60	.59	4.44	.63	1.21	.23
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.53	.40	4.70	.49	-1.65	.10
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.40	.78	4.41	.74	-1.99	.06
5. ด้านบุคลากร	4.73	.49	4.69	.47	.47	.65
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.83	.28	4.74	.34	1.28	.20
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.57	.63	4.54	.62	.24	.81
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.38	.66	4.67	.46	-2.95*	.00
รวม	4.58	.51	4.59	.41	-1.12	.90

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-72 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรม การรักษาโรคเหงือก ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมการรักษาโรคเหงือกในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก ในภาพรวม

ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก ในด้านผลผลิตและคุณภาพแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-73 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอด

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอด				t	Sig.
	ใช้บริการ (n= 27)		ไม่ใช้บริการ (n = 358)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.49	.72	4.55	.60	-.46	.65
2. ด้านราคา	4.69	.37	4.44	.64	2.08*	.04
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.84	.17	4.68	.50	1.66	.10
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.56	.55	4.40	.75	1.08	.28
5. ด้านบุคลากร	4.98	.09	4.67	.48	3.30*	.00
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.70	.31	4.75	.34	-.72	.47
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.34	.44	4.56	.62	-1.74	.08
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.29	.36	4.68	.47	-4.21*	.00
รวม	4.61	.22	4.59	.43	.27	.79

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-73 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรม ทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอดในภาพรวมไม่แตกต่าง

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอด ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอดในด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านผลผลิตและคุณภาพ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-74 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมประดิษฐ์ เช่นการทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ	ทันตกรรมประดิษฐ์ เช่นการทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้				t	Sig.
	ใช้บริการ (n= 42)		ไม่ใช้บริการ (n = 343)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.13	.73	4.60	.58	-4.78*	.00
2. ด้านราคา	4.36	.47	4.47	.65	-1.05	.30
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.25	.72	4.74	.43	-6.42*	.00
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83	.92	4.48	.68	-5.53*	.00
5. ด้านบุคลากร	4.35	.66	4.73	.43	-5.09*	.00
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.63	.29	4.76	.34	-2.49*	.01
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.18	.67	4.58	.59	-4.06*	.00
8. ด้านผลผลิต และคุณภาพ	4.04	.58	4.73	.40	-9.84*	.00
รวม	4.22	.55	4.64	.37	-6.38*	.00

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-74 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการบริการทันตกรรม ประดิษฐ์ เช่นการทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้ในภาพรวม แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้และไม่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมประดิษฐ์ เช่นการทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้ในภาพรวม ในด้านราคาต่างกัน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการบริการทันตกรรมประดิษฐ์ เช่นการทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้ในภาพรวม ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการทันตกรรมประดิษฐ์ เช่นการทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้ในภาพรวมในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลผลิตและคุณภาพแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยามีความสัมพันธ์กันในทางบวก

ตารางที่ 4-75 การศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

	คุณภาพการบริการ	r	Prob.
1.	ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	.725*	.00
2.	ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	.635*	.00
3.	ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	.476*	.00
4.	ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ	.563*	.00
5.	ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ	.728*	.00
	ภาพรวม	.792*	.00

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-75 พบว่า คุณภาพการบริการในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาปฏิเสชสมมติฐานการวิจัย โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีความหมายว่าข้อมูลทั้งสอง ได้แก่ คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านทันตกรรมในเมืองพัทยา มีระดับความสัมพันธ์กันสูง มีความสัมพันธ์แบบตามกัน คือค่าตัวแปรหนึ่งมากขึ้น อีกตัวแปรก็มากด้วย หากน้อยลง ก็น้อยลงเหมือนกัน จึงสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

คุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4-76 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงป่าไม้บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาน้ำทิพย์  
 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา

คุณภาพ (n = 385)

คุณภาพ	ด้านที่ 1 (Y <sub>1</sub> )		ด้านที่ 2 (Y <sub>2</sub> )		ด้านที่ 3 (Y <sub>3</sub> )		ด้านที่ 4 (Y <sub>4</sub> )		ด้านที่ 5 (Y <sub>5</sub> )		ด้านที่ 6 (Y <sub>6</sub> )		ด้านที่ 7 (Y <sub>7</sub> )		ด้านที่ 8 (Y <sub>8</sub> )	
	Rxy	ระดับ	Rxy	ระดับ	Rxy	ระดับ	Rxy	ระดับ	Rxy	ระดับ	Rxy	ระดับ	Rxy	ระดับ	Rxy	ระดับ
1. ด้านความเป็นรูปธรรม	.360*	ปาน	.591*	สูง	.568*	สูง	.447*	ปาน	.623*	สูง	.622*	สูง	.560*	สูง	.817*	สูง
ของบริการ (X <sub>1</sub> )		กลาง				กลาง		กลาง								
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	.363*	ปาน	.571*	สูง	.400*	ปาน	.362*	ปาน	.561*	สูง	.575*	สูง	.448*	ปาน	.938*	สูง
ได้ (X <sub>2</sub> )		กลาง				กลาง		กลาง								กลาง
3. ด้านการตอบสนองต่อ	.244*	ต่ำ	.359*	ปาน	.384*	ปาน	.340*	ปาน	.235*	ต่ำ	.421*	ปาน	.288*	ต่ำ	.750*	สูง
ผู้รับบริการ (X <sub>3</sub> )				กลาง		กลาง		กลาง								
4. ด้านการให้คำแนะนำ	.348*	ปาน	.480*	ปาน	.437*	ปาน	.440*	ปาน	.532*	สูง	.401*	ปาน	.381*	ปาน	.820*	สูง
แก่ผู้บริการ (X <sub>4</sub> )		กลาง		กลาง		กลาง		กลาง								กลาง
5. ด้านความเข้าใจเห็นอก	.581*	สูง	.502*	สูง	.443*	ปาน	.558*	สูง	.570*	สูง	.657*	สูง	.477*	ปาน	.767*	สูง
เห็นใจในผู้รับบริการ (X <sub>5</sub> )						กลาง										กลาง
รวม	.455*	ปาน	.609*	สูง	.539*	สูง	.516*	สูง	.610*	สูง	.647*	สูง	.520*	สูง	1.00*	สูง
						กลาง										

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 4-76 พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ดังนี้ ด้านราคา ( $Y_2$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $Y_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $Y_4$ ) ด้านบุคคลากร ( $Y_5$ ) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $Y_6$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลผลิตและคุณภาพ ( $Y_7$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางใน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้มีความสัมพันธ์ในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาโดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านราคา ( $Y_2$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $Y_3$ ) ด้านบุคคลในการบริการ ( $Y_5$ ) ด้านกระบวนการในการบริการ ( $Y_6$ ) ด้านผลผลิตและคุณภาพ ( $Y_7$ ) และด้านลักษณะทางกายภาพ ( $Y_8$ ) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ( $Y_1$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $Y_4$ )
2. ด้านความเชื่อถือไว้ใจได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านราคา ( $Y_2$ ) ด้านบุคคลในการบริการ ( $Y_5$ ) ด้านกระบวนการในการบริการ ( $Y_6$ ) และด้านลักษณะทางกายภาพ ( $Y_8$ ) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ( $Y_1$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $Y_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $Y_4$ ) และด้านผลผลิตและคุณภาพ ( $Y_7$ )
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาโดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $Y_8$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ( $Y_2$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $Y_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $Y_4$ ) ด้านกระบวนการในการบริการ ( $Y_6$ ) และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ( $Y_1$ ) ด้านบุคคลในการบริการ ( $Y_5$ ) และด้านผลผลิตและคุณภาพ ( $Y_7$ )
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาโดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านบุคคลในการบริการ ( $Y_5$ ) และด้านลักษณะทางกายภาพ ( $Y_8$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านบริการ ( $Y_1$ ) ด้านราคา ( $Y_2$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $Y_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $Y_4$ ) ด้านกระบวนการใน

การบริการ( $Y_6$ ) และ ด้านผลผลิตและคุณภาพ ( $Y_7$ )

5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการด้านทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ( $Y_1$ ) ด้านราคา ( $Y_2$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $Y_4$ ) ด้านบุคคลในการบริการ ( $Y_5$ ) ด้านกระบวนการในการบริการ ( $Y_6$ ) และด้านลักษณะทางกายภาพ ( $Y_8$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $Y_3$ ) และด้านผลผลิตและคุณภาพ ( $Y_7$ )

### ส่วนที่ 3 ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า การให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีคุณภาพการให้บริการ โดยรวม และทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.63 และในรายละเอียดแต่ละด้าน อันดับแรกคือด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.71 รองลงมาด้านกาอบสนองต่อผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.61 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.59 และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.57 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และในรายละเอียดแต่ละด้าน อันดับแรกคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 รองลงมา ด้านบุคลากรและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.69 ด้านผลผลิตและคุณภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.54 ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ที่มีปัจจัยข้อมูลของ

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทัศนกรรมในเมืองพัทยา ที่มีปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือนมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในภาพรวม แตกต่างกัน โดยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 6 ปัจจัย คือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และ ประเภทของบริการทัศนกรรมที่เลือกใช้
2. ด้านราคา พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 4 ปัจจัยคือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน
3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 6 ปัจจัย คือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และประเภทของบริการทัศนกรรมที่เลือกใช้
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 5 ปัจจัย คือ สัญชาติ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน
5. ด้านบุคคลในการบริการ พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 3 ปัจจัยคือ สัญชาติ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน
6. ด้านกระบวนการในการบริการ พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 6 ปัจจัย คือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และประเภทของบริการทัศนกรรมที่เลือกใช้
7. ด้านผลผลิตและคุณภาพ พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 4 ปัจจัย คือ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน
8. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 5 ปัจจัยคือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทัศนกรรมในเมืองพัทยา พบว่า คุณภาพการบริการในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทัศนกรรมในเมือง ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย โดยมีความสัมพันธ์ใน

ทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีความหมายว่าข้อมูลทั้งสอง ได้แก่ คุณภาพ การบริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์กันสูง มีความสัมพันธ์ แบบตามกัน คือค่าตัวแปรหนึ่งมากขึ้น อีกตัวแปรก็มากด้วย หากน้อยลง ก็น้อยลงเหมือนกัน จึงสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ใน ระดับสูงในด้านต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจ ระดับสูง ในด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลางในด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และในระดับต่ำในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

2. ด้านราคา พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจ ระดับสูง ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลางในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านการ ให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ

3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ใน ทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในระดับปานกลางในด้าน ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับ ความพึงพอใจระดับสูงด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลางด้านความ เป็นรูปธรรมของบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการ ให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ

5. ด้านบุคคลในการบริการ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับ ความพึงพอใจระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และ ด้านความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

6. ด้านกระบวนการในการบริการ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความพึงพอใจระดับสูงด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลางด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ

7. ด้านผลผลิตและคุณภาพ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในระดับปานกลางด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับต่ำด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

8. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University