

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา

พลอยนภัส มุ่งหาดี

23 ม.ค. 2558

347661

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มีนาคม 2557

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

ต้นฉบับไม่ปรากฏหน้านี้

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมบัติ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางในการจัดทำ ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ โครงการปริญญาโท ที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่ข้าพเจ้าเสมอมา และทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสำเร็จของงานวิจัย นอกจากนี้ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการจัดทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

งานนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ส่วนหนึ่งจากที่ได้รับคือกำลังใจ และความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคนในครอบครัว คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา รวมถึงคุณครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน และหวังว่างานนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อการศึกษาและผู้ประกอบการต่อไป

พลอยนภัส มุ่งหาดี

55921078: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กทม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ/ ส่วนประสมทางการตลาด/ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ/ บริการ
ทันตกรรม/ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ/ เมืองพัทยา

พลอยนภัส มุ่งหาดี: ความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา
สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา (MARKETING MIX
SATISFACTION FOR HEALTH THERAPY TOURISM OF FOREIGN TOURISTS USING
DENTAL SERVICES IN PATTAYA CITY) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: วุฒิชัย สุนทรสมัย,
D.B.A., 195 หน้า. ปี พ.ศ. 2557.

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการใน
การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัด
รักษาสุขภาพ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา
สุขภาพ และศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการ
ท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีจำนวน
กลุ่มตัวอย่าง 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม

ผลการศึกษวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพส่วนใหญ่ ใช้บริการทันตกรรมใน
เมืองพัทยา มีสัญชาติอังกฤษ เป็นเพศชาย อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็พนักงานบริษัท
รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป และเลือกใช้บริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน
คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับ
ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาในบริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามเพศ อายุ มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วน
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ที่มีปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก
ตามสัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ใน
ภาพรวมแตกต่างกัน และความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ยอมรับสมมติฐานการวิจัย โดยความสัมพันธ์
ดังกล่าวได้ค่า $r = .792$ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

55921078: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M.
(SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEY WORDS: SATISFACTION/ MARKETING MIX/ HEALTH THERAPY TOURISM/
DENTAL SERVICE/ FOREIGN TOURIST/ PATTAYA CITY

PLOYNAPAS MUNGHADDEE: MARKETING MIX SATISFACTION FOR HEALTH
THERAPY TOURISM OF FOREIGN TOURISTS USING DENTAL SERVICES IN PATTAYA
CITY. ADVISORY COMMITTEE: VUTHICHART SOONTHORNSAMAI, D.B.A., 195 P. 2014

The study entitled 'Marketing Mix Satisfaction for Health Therapy Tourism of Foreign Tourists Using Dental Services in Pattaya City aimed at investigating the service quality' for health therapy tourism, as well as determine the marketing mix satisfaction for health therapy tourism and the factors yielding an impact on marketing mix satisfaction for health therapy tourism. It also looked at a relationship between the service quality and the marketing mix satisfaction for health therapy tourism of foreign tourists using dental services in Pattaya City. The samples for the study were 385 persons and the research tool used in this study was a questionnaire.

The findings revealed that most of the foreign tourists for the study were male with British nationality and the age of more than 40years old. They were company employees and their educational background was at a bachelor degree level with an average income of more than 50,000 bahts. They chose general types of dental services like dental health checks and teeth cleaning. The service quality regarding this was rated, as a whole, at the 'highest' level, whereas the marketing mix satisfaction with this regard was also rated, as a whole and for all aspects, at the 'highest' level, as well.

With regard to information factors for the questionnaire respondents as classified according to their sex and age, the results for the hypotheses testing revealed that there were no differences. However, for the foreign tourists using dental services in Pattaya City with information factors for the questionnaire respondents as classified according to their nationality, education background, occupation, and monthly income, as a whole, the results for the hypotheses testing showed that there were differences in terms of the satisfaction level for the health tourism. In addition, in regard to the marketing mix satisfaction for health therapy tourism of foreign tourists using dental services in Pattaya City, it accepted the set hypotheses with the relation value of $r = .792$ at the same direction and at the 'high' value.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ค
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ขอบเขตการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการในการท่องเที่ยว	14
แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการกับนักท่องเที่ยว	22
ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยว	
ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา	28
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยา	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
3 วิธีดำเนินการวิจัย	49
รูปแบบการวิจัย	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	53
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	54
4 ผลการวิจัย	55
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	55
ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	74
ส่วนที่ 3 ผลการวิจัย	136
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	140
สรุปผลการวิจัย	140
อภิปรายผล	146
กรอบแนวคิดที่ได้จากการวิจัย	157
ข้อเสนอแนะ	157
บรรณานุกรม	162
ภาคผนวก	166
ภาคผนวก ก	167
ภาคผนวก ข	179
ภาคผนวก ค	188
ประวัติย่อของผู้วิจัย	195

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ.....	56
4-2 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	57
4-3 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	57
4-4 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	58
4-5 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	58
4-6 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	59
4-7 จำนวน และค่าร้อยละ ปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ การบริการทันตกรรมที่เลือกใช้ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ.....	60
4-8 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้าน.....	61
4-9 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ.....	62
4-10 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้.....	63
4-11 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	64
4-12 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ.....	65
4-13 คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจใน ผู้รับบริการ.....	66
4-14 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้าน.....	67
4-15 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ.....	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-16 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านราคา.....	69
4-17 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	70
4-18 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านการส่งเสริมการตลาด..	70
4-19 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านกระบวนการให้บริการ	71
4-20 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านบุคลากร	72
4-21 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านผลผลิตและคุณภาพ....	73
4-22 ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ด้านลักษณะทางกายภาพ....	74
4-23 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัย ที่ส่งต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการ ทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ.....	76
4-24 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในภาพรวม	77
4-25 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติในด้านบริการ	79
4-26 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านราคา	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-27 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	83
4-28 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านการส่งเสริมการตลาด	84
4-29 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านบุคลากร	86
4-30 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านกระบวนการให้บริการ	87
4-31 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านลักษณะทางกายภาพ	89
4-32 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามสัญชาติ ในด้านลักษณะทางกายภาพ	90
4-33 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามเพศ	92
4-34 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอายุ	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-35 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับ การศึกษา	94
4-36 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามการศึกษาในภาพรวม	95
4-37 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามการศึกษาในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	96
4-38 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านราคา	97
4-39 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	98
4-40 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านการส่งเสริมการตลาด	98
4-41 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านบุคลากร	99
4-42 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านกระบวนการให้บริการ	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-43 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านลักษณะทางกายภาพ.....	101
4-44 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับการศึกษา ในด้านผลผลิตและคุณภาพ.....	102
4-45 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการ ทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ.....	103
4-46 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม.....	104
4-47 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ.....	105
4-48 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านราคา.....	106
4-49 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	106
4-50 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านการส่งเสริมการตลาด.....	107
4-51 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านกระบวนการให้บริการ.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-52 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านผลผลิตและคุณภาพ.....	109
4-53 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามอาชีพ ในด้านลักษณะทางกายภาพ.....	109
4-54 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน.....	110
4-55 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ในภาพรวม.....	112
4-56 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	112
4-57 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านราคา	113
4-58 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	114
4-59 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านการส่งเสริมการตลาด	115
4-60 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านบุคลากร	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-61 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านกระบวนการให้บริการ	117
4-62 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านผลผลิตและคุณภาพ	117
4-63 การเปรียบเทียบรายคู่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิง บำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ด้านลักษณะทางกายภาพ	118
4-64 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน	119
4-65 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสุขภาพทำความสะอาดฟัน	120
4-66 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมเพื่อความสวยงาม เช่น การฟอกสีฟัน การเคลือบสีฟัน	121
4-67 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมรักษารากฟัน และเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน	122

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-68 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมรักษารากฟัน เช่น การปลูกรากฟันแบบทั่วไป	124
4-69 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมจัดฟัน	125
4-70 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของ การบริการด้านศัลยกรรมช่องปาก เช่นการผ่าฟันคุด การถอนฟัน การผ่าตัดเหงือก.....	126
4-71 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมสำหรับเด็ก	127
4-72 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก	129
4-73 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมป้องกัน เช่น การดูแลฟันแท้ให้มีอายุการใช้งานไปตลอด.....	130

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-74 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทของการบริการ ทันตกรรมประคิษฐ์ เช่น การทำฟันปลอมทั้งชนิดติดแน่น และชนิดถอดได้.....	131
4-75 การศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการ ทันตกรรมในเมืองพัทยา	132
4-76 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการ ทันตกรรมในเมืองพัทยา.....	134

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวความคิดการวิจัย	7
2-1 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ	19
2-2 ความหมายของความพึงพอใจในงานบริการ	20
2-3 แผนภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	33
2-4 ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญในภูมิภาค อาเซียน	37
5-1 กรอบแนวคิดที่ได้จากการวิจัย	157