บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทย โดยในปี 2551 รายรับจากการท่องเที่ยวของไทยจัดอยู่ในอันดับ 1 ของภูมิภาคอาเซียน ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ร้อยละ 9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด หากพิจารณาสถิตินัก ท่องเที่ยชาวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2552 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด 14,149,180 คน สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการคาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยรวมเพิ่มขึ้นภายในปี 2556 มากกว่า 20 ล้านคน ขณะที่ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว และรายได้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2551 ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ที่ 9.51 วัน และรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 574,521 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2550 ร้อยละ 5 โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่าง ชาติ 3,483.43 บาท/ คน/ วัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

จากการศึกษา จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ของ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.), 2554, หน้า 2) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยืนยันโดยนัก ท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 15.9 ล้านคน ในปี 2553 และเพิ่มเป็น 18.7 ล้านคน ในปี 2554 ก่อให้ เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติเป็นจำนวนไม่น้อย โดยในปี 2553 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 592,794.09 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ จากผลการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2554 ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 69 ประเทศ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาตินิยม 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อันดับที่ 1 คือ หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ อันดับที่ 2 เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อันดับที่ 3 หาดพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นต้น และจากสถิติของนักท่อง เที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเมืองพัทยา และจังหวัดชลบุรี ในปี 2012 จนถึงปัจจุบันพบว่ามีสถิติตัวเลขนักท่องเที่ยวคือ 8.2 ล้านคน โดยเป็นคนไทย 2.3 ล้านคน และชาวต่างชาติ 5.8 ล้านคน สามารถสร้างรายได้แล้วกว่า 8.7 หมื่นล้านบาท และมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 12 (สำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

จากจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวในปี 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในพัทยา ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย รองลงมา นักท่องเที่ยวชาวจีน และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เกาหลี กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก ตามลำดับ (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (เมืองพัทยา) 2555 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวในอาเซียน, 2555) ซึ่งสอดคล้องกับ จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่รวมตลอดปีกว่า 7 ล้านคน ซึ่ง ณ ที่นี้กว่าร้อยละ 90 มาเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา และกว่า 5 ล้านคนเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่สำคัญในช่วงที่ผ่านมายังสามารถสร้างราย ได้เกือบ 8 หมื่นล้านบาทต่อปีอีกด้วย หรือเติบโตร้อยละ 3 ทั้งจำนวนและรายได้ โดยเป็นรองเพียงกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งปี 2555 เมืองพัทยาตั้งเป้าหมายการเติบโตอีกไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 พร้อมกับตั้งเป้าอีก 3 ปีนับจากนี้ เมืองพัทยาและชลบุรี จะต้องมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ที่ 1 แสนล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ 10 ล้านคนต่อปี และจากการศึกษาข้อมูลของนายกสมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออก (2556 อ้างถึงใน เมืองพัทยา, 2556)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555)ได้กำหนดประเภทของการท่องเที่ยว โดยแบ่งตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งได้ 12 ประเภท ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ 3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ 6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ 8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด 9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก 10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ 11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ และ 12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง ส่วนข้อมูลของวิทยาลัยการอาชีพวิเศษชัยชาญ (2553) ได้แบ่งประเภทเหตุผลที่เกิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ คือ 1. เพื่อความสนุกสนาน และความบันเทิง 2. เพื่อการพักผ่อน 3. เพื่อการศึกษาวัฒนธรรม 4. เพื่อการกีฬา 5. เพื่อธุรกิจประชุม และสัมมนา และ 6. เพื่อการศึกษา

ทั้งนี้จะเลือกอธิบายถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสามารถแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ตามแนว คิดของ Health Care Tour (2012) แบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรม กิจ กรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลักดังนี้ 1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักแรมหรือ

นอกที่พักแรมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด/อบ/ ประคบสมุนไพร การบริการสุวคนธบำบัด (Aroma therapy) และวารีบำบัด (Water therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤาษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสน์ การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่น ๆ 2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Heath healing tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพการรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่น ๆ เป็นต้น

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศที่มีค่าครองชีพสูง ๆ จะให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ควบคู่กับการท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ที่ผ่านมาในประเทศไทยพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางส่วนที่เข้ามาใช้บริการเชิงการแพทย์ควบคู่กับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพื่อคลายความเมื่อยล้าจากการทำงานร่วมกับการบำบัดสภาวะทั้งด้านร่างกายและจิตใจไปพร้อมกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อการบำบัด (Treatment) กลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่แสวงหาการรักษาจากนอกประเทศ โดยดูจากชื่อเสียง เครื่องมือในการรักษา มาตรฐานการให้บริการและความประทับใจ เช่น บริการทันตกรรม บริการตรวจเช็คสุขภาพ และบริการทำเลสิค เป็นต้น กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมความสมบูรณ์ของสุขภาพและร่างกาย (Wellness) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวในวัยทำงาน ที่ต้องการความท้าทาย ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ รวมถึงการพัฒนาบุคลิกภาพ ในประเทศไทยรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยมีธุรกิจให้บริการส่งเสริมสุข ภาพและธุรกิจเสริมความงาม ส่วนกลุ่มท่องเที่ยวพำนักยาว (Long stay) กลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษาจบใหม่ก่อนมีงานทำ หรือนักท่องเที่ยววัยเกษียณ โดยส่วนใหญ่อาศัยอยู่ไม่ต่ำกว่า 1 เดือน การรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ควรมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ราคาเหมาะสม หรือการรักษาสุขภาพเกี่ยวกับโรคประจำตัวอย่างต่อเนื่อง (ประกิต โรจน์ปัญญากิจ, 2552) ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่ที่มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของเมืองพัทยา เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพที่ได้รับความพึงพอใจ ส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพนี้จึงหมายถึง ระดับความรู้สึกที่แสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพต่อเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด เครื่องมือทางการตลาด มีดังนี้ คือ 1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ 2. ราคา

3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย 4. การส่งเสริมการตลาด 5. กระบวนการในการบริการ 6. บุคลากร 7. ผลผลิตและคุณภาพของการบริการ และ 8. ลักษณะทางกายภาพ ของการบริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ

ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพในด้านทันตกรรม มีการบริการหลายประเภท ดังนี้ 1. ทันตกรรมแบบทั่วไป่ 2. ทันตกรรมเพื่อความสวยงาม 3. การรักษารากฟัน และเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน 4. ทันตกรรมรากฟันเทียม 5. ศัลยกรรมช่องปาก 6. ทันตกรรมจัดฟัน 7. ทันตกรรมเด็ก 8. การรักษาโรคเหงือก 9. ทันตกรรมป้องกัน และ 10. ทันตกรรมประดิษฐ์ (ศูนย์ทันตกรรม BIDC, 2556) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ โดยเฉพาะการให้บริการด้านทันตกรรมของประเทศไทยเป็นไปตาม มาตรฐานระดับสากล รวมถึงค่าใช้จ่ายต่ำกว่าในต่างประเทศเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจ ซึ่งสามารถใช้บริการได้ทั้งในคลินิก หรือโรงพยาบาลเอกชนได้อย่างสะดวกสบายส่งผลต่อการก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศจำนวนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของรายได้จากการท่องเที่ยว ทั้งหมดของเมืองพัทยา ด้วยเหตุนี้ สถานบริการด้านทันตกรรม ทั้งคลินิก และโรงพยาบาลเอกชน จึงให้ความสำคัญกับการจัดหาบริการทางทันตกรรมที่ครอบคลุม และใส่ใจต่อการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องในทุกด้านที่เรียกว่า คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ซึ่งหมายถึง การสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยสามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความพึงพอใจได้ตรงตามต้องการที่ได้ระบุหรือสัญญาไว้ ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการ ด้านการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ สามารถพิจารณาจากคุณภาพการบริการ 5 ด้านหลัก ดังนี้ คือ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. การตอบ สนองต่อผู้รับ บริการ 4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และ 5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีทางการแพทย์มาใช้ในการให้บริการด้านทันตกรรม การให้บริการด้านทันตกรรมที่หลากหลาย เช่น การตรวจสุขภาพช่องปากการรักษาโรคต่าง ๆ ในด้านทันตกรรม ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการศึกษาข้อมูลของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพพบว่า คลินิกทันตกรรมที่มีอยู่ในเมืองพัทยาในปี พ.ศ. 2548 จำนวน 27 แห่ง และในปี พ.ศ. 2551 จำนวน 66 แห่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 144 และในปัจจุบันเมืองพัทยามีคลินิกทันตกรรม จำนวน 87 แห่ง จากแนวโน้มของอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นทำให้สภาวะการแข่งขันทั้งในด้านการบริการ และด้านคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทั่วโลกหมุนเวียนกันมาท่องเที่ยวและเข้ามาใช้บริการด้านทันตกรรมในเมืองพัทยาเป็นจำนวนมากตลอดทั้งปี ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญใน

การศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่อง เที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการทันตกรรมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี รวมถึงนำผลการศึกษามาวิเคราะห์แนวโน้มการเลือกใช้บริการด้านทันตกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

1.1 สัญชาติ ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัด รักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

1.2 เพศ ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัด รักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

1.3 อายุ ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัด รักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

1.4 ระดับการศึกษา ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

1.5 อาชีพ ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

1.6 ระดับรายได้ต่อเดือน ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

1.7 ประเภทของการบริการทันตกรรมที่เลือกใช้ ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยงเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา แตกต่างกัน

2. คุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัด รักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์กันในทางบวก

2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา สุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความ สัมพันธ์กันในทางบวก

2.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความ สัมพันธ์กันในทางบวก

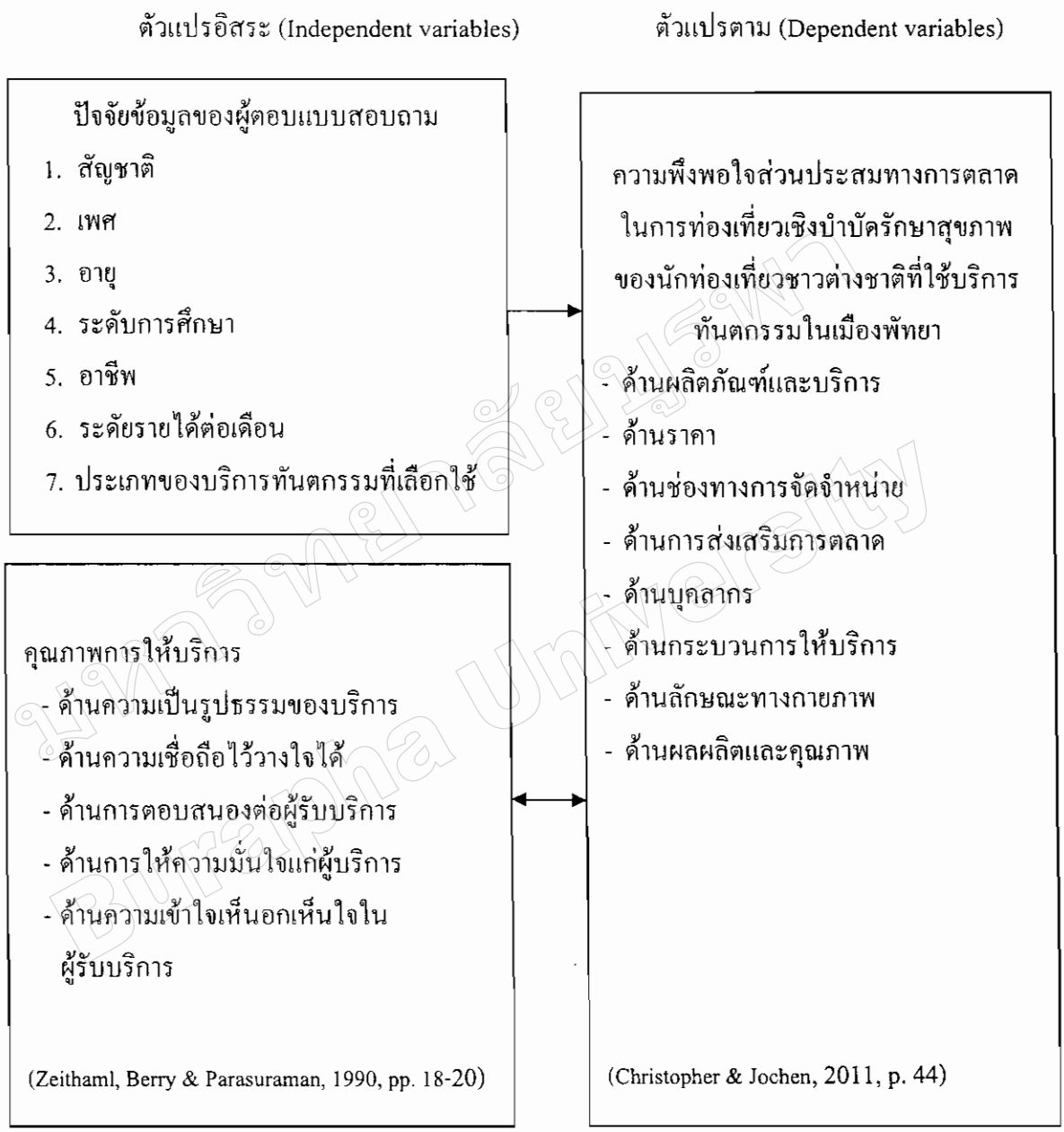
2.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์กันในทางบวก

2.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์กันในทางบวก

2.5 ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์กันในทางบวก

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ขอบเขตการวิจัย

ด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า และทำวิจัย ครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา โดยผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Indefinite population) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ 95 % ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม 385 ตัวอย่าง โดยกำหนดช่วงเวลาที่ผู้วิจัยทำการศึกษากับกลุ่มประชากร โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 10 ธันวาคม 2556 ถึง วันที่ 10 มกราคม 2557 รวมระยะเวลา 1 เดือน

ด้านเนื้อหา

การกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา จากการศึกษาตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ดังนี้

1.1 ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และประเภทของบริการทันตกรรมที่เลือกใช้

1.2 คุณภาพการให้ให้บริการ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดคุณภาพการบริการ 5 ด้าน หลักของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990, pp. 18-20) สำหรับวัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ 2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และ 5. ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ Christopher (2003) และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8P's ของ Christopher and Jochen (2011, p. 44) แบ่งได้ 8 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด 5. ด้านบุคลากร 6. ด้านกระบวนการให้บริการ 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ 8. ด้านผลผลิตและคุณภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ผู้วิจัยจึงได้อธิบายถึงความหมายนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวก หรือความรู้สึกที่ดีที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งสถานประกอบการใช้ร่วมกันตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด และสามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการด้านทันตกรรม ในเมืองพัทยา ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มีไว้เพื่อนำเสนอขายให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างคุณภาพของบริการ เช่น การให้บริการมีคุณภาพเชื่อถือได้ ชื่อตรายี่ห้อของธุรกิจให้บริการเป็นที่รู้จัก การบริการมีความหลากหลายให้เลือกใช้ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการให้บริการความสามารถและประสบการณ์ของพนักงาน ชื่อตรายี่ห้อ ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและความต่อเนื่องของขั้นตอนการให้บริการ ตรงตามความต้องการของลูกค้า

2. ด้านราคา หมายถึง องค์ประกอบในการสร้างราคาขายแก่ผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ซึ่งราคาของบริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบ่งบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ ราคาค่าบริการต้องตอบสนองความต้องการที่คาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เช่น ระดับราคามีให้เลือกหลากหลายตรงตามความต้องการของประเภทบริการที่จะเลือกใช้ มีการจัดโปรแกรมในการลดราคาค่าสินค้าหรือบริการ การตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีราคาถูกกว่าที่อื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพในการให้ บริการ และมีวิธีการชำระค่าบริการให้เลือก ทั้งชำระด้วยเงิน หรือผ่อนชำระรายงวด เป็นต้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การกำหนดวิธีจำหน่ายเพื่อไปให้ถึงผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา เช่น มีสาขาเปิดให้บริการหลายแห่ง การเดินทางไปมาสะดวกในการใช้บริการ การนำเสนอรายละเอียดของธุรกิจการขายสินค้า หรือสามารถชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต ได้ เป็นต้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้ข่าวสาร และการแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา เพื่อให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมลูกค้าให้เกิดปฏิกิริยาเมื่อถึงเวลาอันควร เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานการส่งเสริมการขาย การอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ

ที่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีไว้บริการลูกค้า

5. ด้านบุคลากร หมายถึง เจ้าของธุรกิจและพนักงานทุกระดับ ถือว่าเป็นบุคลากรในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา เช่น บุคลากรที่ให้บริการมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานบริการ มีความรู้ความสามารถและมีทักษะและความชำนาญในการทำงาน มีจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งทั้งหมดส่งผลให้ลูกค้ามีความประทับใจผู้ให้บริการและจะกลับมาใช้บริการซ้ำ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง วิธีการดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ซึ่งจะมีกระบวนการแต่ละขั้นตอนที่แตกต่างกัน กระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าจะผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ของการให้บริการ เช่น การจัดขั้นตอนการบริการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการมีความทันสมัย มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อที่จะให้บริการดี ๆ กับลูกค้าไว้อย่างเพียงพอ พนักงานมีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานบริการ มีความรู้ความสามารถและมีทักษะความชำนาญในการทำงาน กระบวนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการให้บริการทั่วถึงลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการรอคอยนาน เป็นต้น

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา ตัดสินใจเลือกใช้บริการ เพราะมีลักษณะทางกายภาพที่เด่นชัด ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าว่าเขาจะได้รับบริการที่ดีไม่ผิดหวัง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพ สถานที่ให้บริการ ความชัดเจนโปร่งใสในการให้บริการที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า สภาพแวดล้อมการให้บริการในภาพรวมตรงตามที่โฆษณาประชาสัมพันธ์หรือแนะนำ การตกแต่ง ภาพรวมการให้บริการดีตรงตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ การจัดที่จอดรถ ห้องน้ำ ในที่สำหรับให้บริการมีความเพียงพอ และมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง สามารถให้บริการได้เหนือกว่าคู่แข่งขัน

8. ด้านผลผลิตและคุณภาพ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา มองเห็นได้ และช่วยสร้างให้ผู้บริโภคพอใจ และเกิดความภักดีในการใช้บริการ เช่น การจัดเจ้าหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่ใช้บริการ จัดเครื่องมือหรือระบบเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกกับลูกค้าที่ใช้บริการ การบริหารจัดการดี เป็นระบบมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ต้องการ

การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ หมายถึง การเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมในเมืองพัทยา เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจโดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษา

สุขภาพการรักษา พยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่น ๆ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การรับรู้คุณภาพการให้บริการทันตกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ภายหลังจากที่ได้รับบริการนั้น ๆ แล้วสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของสถานประกอบการให้เหนือกว่าคู่แข่งขันได้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ ณ สถานที่ที่เข้าใช้บริการ ทั้งนี้คุณภาพการให้บริการทันตกรรมสามารถพิจารณาจากคุณภาพการบริการ 5 ด้านหลัก ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการด้านทันตกรรม ในเมืองพัทยาได้รับเช่น ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร การใช้สัญลักษณ์ หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริการได้สัมผัสได้ เป็นต้น

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการของพนักงานหรือทันตแพทย์ที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพ ถูกต้องแม่นยำ เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่ผู้ให้บริการทันตกรรมสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมได้ทันท่วงที โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ซึ่งได้แก่ ความพร้อมและความเต็มใจให้บริการทันตกรรมของทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ ตามความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการทันตกรรม

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาเป็นผู้มีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการทันตกรรม และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการดีที่สุด เช่นความมั่นใจในผู้ให้บริการ

ทันตกรรมมีใบประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพ สื่อสารและอธิบายรายละเอียดของการรักษาได้ให้เข้าใจ

5. ความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ หมายถึง ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ในนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการในแต่ละคน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง บุคคลที่มิได้มีสัญชาติไทยที่เข้ามาพำนักหรือท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และเข้ารับบริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรม ในเมืองพัทยา

บริการทันตกรรม หมายถึง บริการด้านสุขภาพช่องปากที่นักท่องเที่ยชาวต่างชาติเลือกใช้บริการในเมืองพัทยา โดยแบ่งประเภทของการบริการทันตกรรมได้ 10 ประเภท ดังนี้

1. ทันตกรรมแบบทั่วไป หมายถึง การให้บริการตรวจสภาพช่องปาก และฟัน การทำความสะอาด และการรักษาสภาพเหงือก และฟัน เพื่อให้มีสุขอนามัยที่ดี และสามารถมีอายุการใช้งานได้นาน ๆ โดยการบริการด้วยการตรวจวินิจฉัยโรคทางทันตกรรม เช่น การขูดหินปูน การขัดฟัน การกรอบริเวณที่ผุออกแล้วจึงทำการอุดด้วยทันตวัสดุ เช่น วัสดุอมัลกัม วัสดุเรซิน เป็นต้น

2. ทันตกรรมเพื่อความสวยงาม หมายถึง การนำวิธีการทางทันตกรรมต่าง ๆ ในการช่วยเสริมสร้างมุ่งเน้นด้านการพัฒนาความสวยงามของฟันและรอยยิ้ม สามารถทำหลายวิธี เช่น การฟอกสีฟันด้วยเลเซอร์ การเคลือบผิวฟัน การครอบฟัน การสะพานฟัน การทำ Inlays Onlays การอุดฟันด้วยวัสดุเรซินสีเหมือนฟัน และการตกแต่งและบูรณะฟันด้วยวัสดุเรซินสีเหมือนฟัน

3. ทันตกรรมรักษารากฟัน และเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน หมายถึง การรักษารากฟัน และเนื้อเยื่อภายในโพรงประสาทฟัน รวมถึงการติดเชื้อและการอักเสบในโพรงฟัน โดยมีการพัฒนาวิธีการรักษาทางทันตกรรม รวมถึงเทคโนโลยีด้านเทคนิค วัสดุและอุปกรณ์ทางทันตกรรมที่ช่วยให้สามารถรักษาอาการดังกล่าวได้ด้วยการรักษารากฟัน

4. ทันตกรรมรากฟันเทียม หมายถึง การฝังรากฟันเทียมลงบนกระดูกรองรับฟัน ซึ่งจะสร้างพื้นฐานที่มั่นคงให้แก่ฟันที่ใช้ทดแทนฟันที่สูญเสียไป (อาจเป็นครอบฟันสะพานฟัน หรือแผงฟันปลอมแบบถอดออกได้) ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ การปลูกรากฟันเทียมแบบทั่วไปกับการปลูกรากฟันเทียมแบบทันทีและแบบทันทีพร้อมครอบฟัน

5. ทันตกรรมจัดฟัน หมายถึง การใช้เครื่องมือและเทคโนโลยี เพื่อจัดการเรียงตัวของฟัน เนื่องจากฟันที่เรียงอย่างไม่เป็นระเบียบนั้นสามารถส่งผลกระทบต่อรูปหน้า ประสิทธิภาพและวิธีการบดเคี้ยว และความสะดวกในการดูแลรักษาความสะอาดฟัน

6. ศัลยกรรมช่องปาก หมายถึง การรักษาโดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีด้านทันตกรรม เพื่อช่วยปรับแต่งช่องปากให้สวยงาม และสะดวกต่อการใช้งานอย่างเป็นปกติ

7. ทันตกรรมสำหรับเด็ก หมายถึง การให้ความรู้ และวิธีการดูแลฟันเด็กซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับทันตกรรมป้องกัน โดยให้ความสำคัญกับการดูแลฟันอย่างถูกวิธีและป้องกันการเกิดฟันผุ

8. ทันตกรรมการรักษาโรคเหงือก หมายถึง การรักษาโรคปริทันต์หรือที่เรียกว่าโรคเหงือก ซึ่งโดยทั่วไปมักจะหมายถึงโรคเหงือกอักเสบและโรคเยื่อหุ้มฟันอักเสบ รวมถึงการทำศัลยกรรมเหงือกและการปลูกถ่ายเหงือก

9. ทันตกรรมป้องกัน หมายถึง การดูแลรักษาฟันแท้ตามธรรมชาติให้สามารถมีอายุการใช้งานไปตลอดชีวิตนั้นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก และการดูแลเอาใจใส่สุขภาพฟัน

10. ทันตกรรมประดิษฐ์ หมายถึง วิธีการรักษาในการทดแทนฟันที่สูญเสียไปและแก้ไขปัญหาฟันที่เปราะบางหรือแตกหัก ซึ่งมีวิธีการต่าง ๆ ดังนี้ การปลูกรากฟันเทียมไททาเนียม ครอบฟัน สะพานฟัน ฟันปลอมแบบถอดได้ การอุดฟันด้วยวัสดุเรซินสีเหมือนฟัน หรือวัสดุอะมัลกัม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. คลินิกทันตกรรมสามารถนำข้อมูลคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ใช้เป็นแนวทางการพิจารณาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการดำเนินการบริหารสถานประกอบการให้มีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

2. คลินิกทันตกรรมสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการสร้างบริการใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้

3. ธุรกิจด้านสุขภาพอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลที่ศึกษาได้ ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการในธุรกิจบริการสุขภาพอื่น ๆ ให้มีคุณภาพ และสร้างความภักดีต่อการบริการให้เกิดขึ้นในใจของผู้ใช้บริการ

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University