บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา

โดยผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ส่วนใหญ่มีสัญชาติอังกฤษ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 เป็นเพศชาย จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 61.04 มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปจำนวน267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.35 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52 มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 เลือกใช้บริการทันตกรรมแบบทั่วไป เช่น ตรวจสุขภาพ ทำความสะอาดฟัน คิดเป็นร้อยละ 30.95 และผลการวิจัยนำเสนอโดยสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า การให้บริการมีคุณภาพการให้บริการโดยรวม และทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.63 และในราย ละเอียดแต่ละด้าน อันดับแรกคือ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.71 รองลง มาด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่า กับร้อยละ 4.61 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.59 และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 4.57 ตามลำดับ โดยในแต่ละด้าน มีคุณภาพการบริการ ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ในอันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการด้านทันตรรม รองลงมาความสะอาดของวัสดุ-อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการทันตกรรม ความทันสมัยของเทคโนโลยี เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการทันตกรรม บุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ในทันตกรรม ความสะดวกในการติดต่อ สื่อ สารหรือการเดินทางมาใช้บริการทันตกรรม สถานที่ให้บริการด้านทันตกรรม มีความสวยงามทันสมัย และลำดับสุดท้าย คือชื่อเสียง ตรายี่ห้อ หรือสัญลักษณ์ได้รับความนิยม หรือเป็นที่รู้จัก

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ ทันตแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาเป็นที่น่าเชื่อถือ รองลงมาการให้บริการทันตกรรมมีความถูกต้อง แม่นยำ และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการตรวจรักษา และให้บริการทันตกรรม ตรงกับที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยว และลำดับสุดท้าย คือพนักงาน เจ้าหน้าที่มีความ สามารถในการให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ในอันดับแรก คือ ได้รับความสะดวกในการเข้าใช้บริการทันตกรรม รองลงมา ทันตแพทย์ผู้ให้การรักษามีความพร้อม และความเต็มใจที่ให้บริการทันตกรรม ต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และสามารถให้บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทันท่วงที

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการทันตกรรม รองลงมา มีความมั่นใจได้ว่าผู้ให้บริการมีใบประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพทันตกรรม ผู้ให้บริการทันตกรรม สามารถสื่อสารการบริการตรวจรักษาที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน มีคำประกาศสิทธิผู้ใช้บริการ ติดภายในสถานที่ให้บริการ ให้ผู้รับบริการได้เห็นชัดเจน

5. ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ โดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ผู้มาใช้บริการทันตกรรมได้รับการตรวจรักษา ให้คำแนะนำความต้องการของแต่ละคน รองลงมา ผู้มาใช้บริการด้านทันตกรรมได้รับการบริการด้วยความเอื้ออาทรเอาใจใส่ความต้องการทุกด้านเป็นอย่างดี สามารถร้องขอการใช้บริการตามความประสงค์นอกเหนือจากข้อกำหนดที่ให้บริการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้านมีความพึงพอใจ ส่วนประ สมทางการตลาดในการท่องเที่ยงเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลรวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และในรายละเอียดแต่ละด้าน อันดับแรกคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 รองลงมา ด้านบุคลากรและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.69 ด้านผลผลิตและคุณภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.54 ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่า กับ 4.45 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ตามลำดับ โดยในแต่ละด้านมีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความพึงพอใจ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ มีการบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน รองลงมา คุณภาพของการที่ได้รับจากการให้บริการ มีเครื่องมือที่ทันสมัยสามารถส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพได้ คุณ ภาพของยาและวัสดุที่ใช้ในการรักษา มีการบริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการบริการตรวจสุขภาพฟันฟรี และปัจจัยเสริมที่ได้รับจากการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับทันตกรรม เช่น ซื้อแปรงสีฟัน ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก หรือ ไหมขัดฟัน

2. ด้านราคา มีความพึงพอใจ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในอันดับแรกคือ ให้บริการรับชำระโดยผ่านบัตรเครดิตและช่องทางอื่น ๆ ได้ รองลงมา มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการ ระดับราคาการใช้บริการทันตกรรมไม่แตกต่างจากที่อื่น และความพึงพอใจระดับมาก มีส่วนลดราคาในการรักษา

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า รองลงมาตั้งอยู่ในเขตชุมชน และตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ การโฆษณาชัดเจน เข้าถึงกลุ่ม

ลูกค้าได้ง่าย รองลงมา มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับสุขภาพฟันแจกฟรี และการประชาสัมพันธ์ชัดเจนเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย

5. ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ในรายละเอียดแต่ละรายการในอันดับแรกคือ มีระบบการนัดหมายเพื่อรับการรักษา และติดตามผลในครั้งต่อไป รองลงมามีระบบทะเบียนประวัติที่ชัดเจน ตรวจสอบได้ และมีขั้นตอนในการตรวจรักษาไม่ซับซ้อน

6. ด้านบุคลากร มีความพึงพอใจ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ในอันดับแรกคือ ทันตแพทย์มีการใช้ภาษาอธิบายที่เข้าใจง่าย รองลงมา ความรู้ความสามารถของทันตแพทย์แพทย์และพนักงาน ประสบการณ์และคุณวุฒิของทันตแพทย์ อัธยาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของทันตแพทย์และพนักงาน การให้บริการของพนักงานต้อนรับและอำนวยความสะดวกด้านหน้าของคลินิก และมีจำนวนบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ตามลำดับ

7. ด้านผลผลิตและคุณภาพ มีความพึงพอใจ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ มีการติดตามบริการหลังการรักษา รองลงมามีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการให้บริการ มีการบริการที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล และมีระยะเวลาในการรับประกันคุณภาพของการรักษา ในแต่ละด้าน

8. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ในอันดับแรกคือ ความสะอาดของสถานบริการ รองลงมา มีป้ายติดบอกสถานพยาบาลอย่างชัดเจน การตกแต่งของสถานบริการ และมีสถานที่นั่งพักอย่างเพียงพอ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ที่มีปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ที่มีปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในภาพรวมแตก ต่างกัน โดยความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 6 ปัจจัย คือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และ ประเภทของบริการ

ทันตกรรมที่เลือกใช้

2. ด้านราคา พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 4 ปัจจัยคือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน

3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 6 ปัจจัย คือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน และประเภทของบริการทันตกรรมที่เลือกใช้

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 และประเภทของบริการทันตกรรมที่เลือกใช้

7. ด้านผลผลิตและคุณภาพ พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 4 ปัจจัย คือ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน

8. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน มี 5 ปัจจัยคือ สัญชาติ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวก กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัย โดยความ สัมพันธ์ดังกล่าวได้ค่า r = .792 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับ สูงมีความหมายว่าข้อมูลทั้งสองได้แก่ คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีระดับความสัมพันธ์กันสูง มีความสัมพันธ์แบบตามกัน คือค่าตัวแปรหนึ่งมากขึ้น อีกตัวแปรก็มากด้วย หากน้อยลง ก็น้อยลงเหมือนกัน จึงสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในทิศ ทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง สรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูง ในด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลาง ในด้านความเป็น

รูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และอยู่ในระดับต่ำด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

2. ด้านราคา พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลางด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านการให้ความมั่นใจแก่ ผู้บริการ

3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในระดับปานกลางในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลางด้านความเป็นรูปธรรรมของบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ

5. ด้านบุคคลในการบริการ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรรมของบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบ สนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจ ในผู้รับบริการ

6. ด้านกระบวนการในการบริการ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับปานกลางด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ

7. ด้านผลผลิตและคุณภาพ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในระดับปานกลางด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ในระดับต่ำด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

8. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรรมของบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการและด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยรวมและในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่เห็นว่ามีคุณภาพมากที่สุดเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้บริการด้านทันตกรรม ความสะอาดของวัสดุ-อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการทันตกรรม ความทันสมัยของเทคโนโลยี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการทันตกรรม บุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ในทันตกรรม ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หรือการเดินทางมาใช้บริการทันตกรรม สถานที่ให้บริการทันตกรรมมีความสวยงามทันสมัย และชื่อเสียง ตรายี่ห้อ หรือสัญลักษณ์ได้รับความนิยม หรือเป็นที่รู้จัก เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990) อธิบายว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการ ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น หรือสิ่งที่จับจองได้ เช่น ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร การใช้สัญลักษณ์ หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริการได้สัมผัส และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบริษัทมาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุข ภาพความงาม พบว่า ผู้ให้บริการ การให้ข้อมูล/ ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lynch and Schuler (1990) พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพบริการเกิดจากสิ่งที่ได้รับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ได้แก่ สถานที่รอคอย ห้องพัก อาหาร ทำเลที่ตั้ง มนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ

1. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีคุณภาพบริการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยส่วนใหญ่ พบว่า ทันตแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาเป็นที่น่าเชื่อถือ การให้บริการทันตกรรมมีความถูกต้อง แม่นยำ และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการตรวจรักษา และให้บริการทันตกรรม ตรงกับที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยว พนักงาน เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการให้บริการเป็นที่น่าเชื่อถือ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ Health Care Tour (2012) พบว่า การแนะนำหรือการให้ข้อมูลกับลูกค้าก่อนใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวเสนอขายให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นสิ่งที่ลูกค้าเชื่อถือและเลือกมาใช้บริการ

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2555) พบว่า โรงพยาบาลเอกชนของไทย มุ่งเน้นการพัฒนาบริการด้านส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งบริการด้านเสริมความงาม เพื่อสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยอาศัยความได้เปรียบจากความน่าเชื่อถือในการให้คำปรึกษาของ

แพทย์ บริการด้านแพทย์ทางเลือกซึ่งเน้นด้านการส่งเสริมสุขภาพเป็นหลัก มีผู้ประกอบการเข้ามาให้บริการเพิ่มขึ้นจำนวนมาก และพัฒนาบริการส่งเสริมสุขภาพในหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยมีบริการนวดแผนไทย และสปา เป็นกิจกรรมที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อต้องการจัดบริการให้สามารถตอบสนองบริการลูกค้า และลูกค้ามีความเชื่อใจจากการให้บริการของสถานบริการตรงกับที่ได้นำเสนอข้อมูลให้ลูกค้าทราบ

สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990) อธิบายว่า ความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการตามที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพ ถูกต้องแม่นยำ เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อ ถือสามารถให้ความไว้วางใจได้ เมื่อผู้วิจัยศึกษาข้อมูลงานวิจัยของบริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโครงการสำรวจพฤติกรรมของนัก ท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่าลูกค้าความพึงพอใจอยู่ในระดับที่สูงมากในการให้บริการที่เป็นมิตร/ มารยาท/ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ เทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญของแพทย์ในการรักษาโรค และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lynch and Schule (1990) ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจในคุณภาพบริการ พบว่า ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก โดยมีความเชื่อในความ สามารถ ความรู้ ความชำนาญ ของผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นในการรักษาด้วยยา หรืออุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยสามารถช่วยชีวิตได้

1. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่าคุณภาพบริการทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ ได้รับความสะดวกในการเข้าใช้บริการทันตกรรม ทันตแพทย์ผู้ให้การรักษามีความพร้อม และความเต็มใจที่ให้บริการทันตกรรมต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และสามารถให้บริการตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทันท่วงที เมื่อพิจารณาผลการศึกษาวิจัยนี้ พบว่าสอด คล้องกับงานวิจัยของ Health Care Tour (2012) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศพร้อมใช้บริการด้านสุขภาพ อาทิ ตรวจสุขภาพ ทำฟัน ศัลยกรรมความงาม นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การให้บริการทุกครั้งผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและสามารถตอบสนองการให้บริการกับผู้ใช้บริการได้

สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990) อธิบายว่า ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ ช่วยเหลือ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวม ทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ซึ่งได้แก่ความพร้อมและความเต็มใจให้บริการทันตกรรมของทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ ตามความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการทันตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม (Spa and wellness) พบว่า ประเทศไทยสามารถตอบสนองต่อปัจจัยสำคัญ ๆ ได้ดีในหลาก หลายประเด็น โดยประเด็นที่บริการสุขภาพความงามของประเทศไทยทำได้ดีและสร้างความพึงพอใจในระดับสูงแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการที่เป็นมิตรมารยาท/ ความสุภาพ ความชำนาญของผู้ให้บริการ และผลลัพธ์ที่ดีจากการใช้บริการ

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Newman and others (1998) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มารับบริการสุขภาพในจังหวัดมานิกา (Manica) ในประเทศโมแซมบิค (Mozambique) พบว่า ระดับความพึงพอใจขึ้นกับการได้รับการฝึกอบรมของผู้ให้บริการ ความมั่นใจในผู้ให้บริการ และระยะเวลาในการรอ โดยรวมมีบริการอยู่ในระดับดี ถึงดีมาก

2. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ โดยรวม และทุกรายการมีคุณภาพการบริการอยู่ในระ ดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการทันตกรรม มีความมั่นใจได้ว่า ผู้ให้บริการมีใบประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพทันตกรรม ผู้ให้บริการทันตกรรมสามารถสื่อสารการบริการตรวจรักษาที่เกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน มีคำประกาศสิทธิผู้ใช้บริการ ติดภายในสถานที่ให้บริการ ให้ผู้รับบริการได้เห็นชัดเจน เมื่อพิจารณาเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2555) พบว่า ผู้ประกอบการไทย ที่มีความพร้อมด้านเงินทุนและบุคลากร สามารถอาศัยจุดแข็งด้านภูมิปัญญาในการนวดแผนไทย และการมีจิตใจในการให้บริการขยายธุรกิจไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนที่ยังขาดบริการด้านนี้ได้เช่นกัน ทั้งนี้การให้บริการเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ควรสร้างและพัฒนารูปแบบการบริการให้กับผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการได้

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Berry and Parasuraman (1990) อธิบายว่า การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการดีที่สุด เช่นความมั่นใจในผู้ให้บริการทันตกรรมมีใบประกาศนียบัตรรับรองวิชาชีพ สื่อสารและอธิบาย

รายละเอียดของการรักษาได้ให้เข้าใจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lynch and Schule (1990) ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจ ในคุณภาพบริการ พบว่า ผู้รับบริการมีความเชื่อถืองานบริการส่วนหนึ่งเกิดจากมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ และสิ่งที่ผู้รับบริการสัมผัสได้จากการมารับบริการครั้งก่อน โดยผู้รับบริการเกิดความเชื่อ เช่น เชื่อในความสามารถ ความรู้ ความชำนาญ ของผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นในการรักษาด้วยยา หรืออุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยสามารถช่วยชีวิตได้

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cronin and Hult (2000) ศึกษาการประเมินผลของคุณภาพการบริการ คุณค่าการบริการและความพึงพอใจต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในสภาพแวดล้อมของการบริการ พบว่า ภาพรวมมีบริการที่ดี การแนะนำบอกต่อกับคนอื่น ๆ ความจงรักภักดีต่อการบริการและการจ่ายมากขึ้นในบริการครั้งต่อไป

3. ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ โดยรวม และทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ ผู้มาใช้บริการทันตกรรมได้รับการตรวจรักษา ให้คำแนะนำตามความต้องการของแต่ละคน ผู้มาใช้บริการทันตกรรม ได้รับการบริการด้วยความเอื้ออาทรเอาใจใส่ความต้องการทุกด้านเป็นอย่างดี สามารถร้องขอการใช้บริการตามความประสงค์นอกเหนือจากข้อกำหนดที่ให้บริการ เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่า สอดคล้องกับทฤษฎีของ Zeithaml, Berry and Parasuraman, (1990) อธิบายว่า ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ เป็นความสามารถในการดูแลความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการในแต่ละคน

เมื่อพิจารณาต่อไปพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการด้านสุขภาพความงาม ซึ่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญ ได้แก่ การให้บริการที่เป็นมิตร/ มารยาท/ ความสุภาพ และสิ่งอำนวยความ ความชำนาญของผู้ให้บริการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา โดยรวมทุกด้าน มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม และทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลงานวิจัย ได้ดังนี้

4. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวม และในรายละเอียดทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่มีการบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน คุณภาพของการที่ได้รับจากการให้บริการ มีเครื่องมือที่ทันสมัยสามารถส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพได้ คุณภาพของยาและวัสดุที่ใช้ในการรักษา มีการบริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร และด้านการส่งเสริม

การตลาด มีการบริการตรวจสุขภาพฟันฟรี และปัจจัยเสริมที่ได้รับจากการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับทันตกรรม เช่น ซื้อแปรงสีฟัน ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก หรือ ไหมขัดฟัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Lynch and Schule (1990) ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจ ในคุณภาพบริการ ความเชื่อ เช่น เชื่อในความสามารถ ความรู้ ความชำนาญ ของผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นในการรักษาด้วยยา หรือ อุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยสามารถช่วยชีวิตได้ สนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ประเทศไทยที่มีข้อได้เปรียบและมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ จะเป็นส่วนส่งเสริมให้ตลาดการท่อง เที่ยวเชิงสุขภาพเติบโตขึ้นในอนาคต ผู้ประกอบการ

ซึ่งข้อค้นพบงานวิจัยข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) ที่อธิบายว่า การให้บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม บริการจะต้องมีคุณภาพเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกันทั้งความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและความต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ระบบการให้บริการ ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ให้บริการ พนักงานให้บริการ ตัวลูกค้าเอง ลูกค้าคนอื่นๆที่เข้ามาใช้บริการ ผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากการบริการประสบการณ์ของผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ

ดังนั้นสถานบริการควรพัฒนาการสร้างมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และบริการในสถานบริการทางทันตกรรมอย่างมีคุณภาพ เช่นการคัดเลือกแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญทางทันตกรรม หรือแพทย์ที่มีชื่อเสียงประจำที่สถานบริการ การพัฒนาหรืออบรมผู้ช่วยแพทย์ หรือพยาบาล ให้มีจิตใจในการรักบริการ เช่น การจัดสถานที่รอคอย ห้องพัก อาหารว่างไว้รับรองกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ การเลือกทำเลที่ตั้งสถานพยาบาลที่เดินทางไปมาสะดวก หรือการขยายสาขาให้กระจายไปยังพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถใช้บริการได้อย่างทั่วถึง การสร้างมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อถือในการใช้บริการ

5. ด้านราคา มีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้บริการรับชำระโดยผ่านบัตรเครดิตและช่องทางอื่น ๆ ได้ มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการ ระดับราคาการใช้บริการทันตกรรมไม่แตกต่างจากที่อื่น และความพึงพอใจระดับมาก มีส่วนลดราคาในการรักษา เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) อธิบายว่าราคา เป็นองค์ประกอบชี้ให้เห็นถึงการบริหารค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เพื่อสร้างราคาขายแก่ลูกค้า เพื่อหาวิธีลดต้นทุนและสิ่งอื่นที่ลูกค้าและราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบ่งบอกถึงคุณภาพที่จะ

ได้รับ กล่าวคือราคาสูงน่าจะบอกถึงบริการที่มีคุณภาพที่สูงตามไปด้วย ทำให้มโนภาพของลูกค้าที่มารับบริการสูงตามไปด้วย และที่สำคัญบริการต้องตอบสนองความต้องการที่คาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

เมื่อพิจารณาพบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การศึกษาการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโครงการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม ปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาต่อไปในอนาคต ได้แก่ อัตราค่ารักษาพยาบาล และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่า ประเทศไทยควรให้ความสำคัญ ราคาค่าบริการที่เหมาะสมมีความคุ้มค่า ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าสถานพยาบาลทางทันตกรรมควรกำหนดราคาในการให้บริการหลายระดับราคา เพื่อสามารถตอบสนองกับกำลังซื้อของผู้ใช้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยกำหนดนโยบายการตั้งราคาให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เลือกใช้บริการ

6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีความพึงพอใจ โดยรวม และทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า รองลงมาตั้งอยู่ในเขตชุมชนและตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) ที่อธิบาย ช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านคนกลางหรือตัวแทนเพื่อให้เกิดการกระจายสินค้าหรือบริการ สามารถขยายการบริการให้ถึงลูกค้า

ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การศึกษาการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโครงการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่า ผู้ประกอบการโรงพยาบาลเอกชนต่างเน้นขยายตลาดการรักษาสุขภาพเพื่อป้องกันการเจ็บป่วยเพิ่มขึ้น โดยอาศัยการเสนอขายบริการด้านการส่งเสริมสุข ภาพที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นตัวผลักดันในการสร้างโอกาสการเติบโตของธุรกิจ ขยายเครือ ข่ายธุรกิจ/ ช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม เพื่อเสนอแพ็คเกจร่วมกัน

ทั้งนี้ยังพบว่าประเทศไทยมีความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ดี จากการวิเคราะห์ดังกล่าวจะพบบางปัจจัยมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวแต่ประเทศไทยยังได้รับความพึงพอใจในระดับที่ไม่สูงมากนัก ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lynch and Schule (1990) ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจ ในคุณภาพทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่า แหล่งที่มา พบว่าความพึงพอใจในคุณภาพบริการเกิดจากการมารับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจในสถานที่รอคอย

ห้องพัก อาหาร ทำเลที่ตั้ง ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าสถานบริการการท่องเที่ยวด้านสุขภาพจึงจำเป็นต้องพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยอาศัยคนกลาง เช่น ตัวแทน เอเย่นต์ หรือการออกบู้ท การท่องเที่ยวในการนำเสนอรูปแบบการให้บริการให้กระจายไปถึงลูกค้าอย่างสะดวกและง่าย และต้องพัฒนาปรับปรุงสถานที่การให้บริการให้สวยงาม สะดุดตา และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจ โดยรวม และทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ เห็นว่า การโฆษณาชัดเจน เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย รองลงมา มีเอกสารแผ่นพับเกี่ยวกับสุขภาพฟันแจกฟรี และการประชาสัมพันธ์ชัดเจน เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) อธิบายว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นองค์ประกอบนี้มีบทบาทสำคัญ 3 ประการ คือ ให้ข่าวสารและการแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อเกิดปฏิกิริยาเมื่อถึงเวลาอันควรการให้ข้อมูล/ ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าสถานพยาบาลควรมุ่งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งควรชี้แจงรายละเอียดการให้บริการอย่างชัดเจนผ่านสื่อที่หลากหลายเพื่อให้ข่าวสารถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และจำเป็นต้องยึดหลักความซื่อสัตย์โปร่งใส การรักษาสัญญาการให้บริการตรงตามที่ได้ชี้แจงให้กับผู้ใช้บริการได้ทราบตรงกับที่โฆษณา เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้มากขึ้น

8. ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่พบว่า มีระบบการนัดหมายเพื่อรับการรักษา และติดตามผลในครั้งต่อไป รองลงมาคือ มีระบบทะเบียนประวัติที่ชัดเจน ตรวจสอบได้ และมีขั้นตอนในการตรวจรักษาไม่ซับซ้อน เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) อธิบายว่า กระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย กระบวนการต้อนรับ การสอบถามข้อมูล ซึ่งในการสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้านั้น ต้องมีการออก แบบและจัดขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป

เมื่อพิจารณาพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) ศึกษาการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโครงการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่าความสะดวกของขั้นตอนการเข้า

ประเทศ ความหลากหลายครบวงจรของบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นสถานบริการควรจัดขั้นตอนการให้บริการโดยมุ่งเน้นความสะดวก รวดเร็ว มีคุณภาพมาตรฐาน โดยเลือกใช้อุปกรณ์หรือเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากขึ้น

9. ด้านบุคลากร พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ทันตแพทย์มีการใช้ภาษาอธิบายที่เข้าใจง่าย ความรู้ความสามารถของทันตแพทย์แพทย์และพนักงาน ประสบการณ์และคุณวุฒิของทันตแพทย์ อัธยาศัยและความเต็มใจในการให้บริการของทันตแพทย์และพนักงาน การให้บริการของพนักงานต้อนรับและอำนวยความสะดวกด้านหน้าของคลินิก และมีจำนวนบุคลากรให้บริการอย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) อธิบายว่า บุคลากร ได้แก่ เจ้าของธุรกิจและพนักงานให้บริการทุกระดับถือว่าเป็นบุคลากรในธุรกิจบริการ ซึ่งผลิตภัณฑ์การบริการทั้งหลายขึ้นอยู่กับการที่บุคคลปฏิบัติต่อกันทั้งสองฝ่าย (Interaction) คือ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริษัท สภาพของการปฏิบัติต่อกันสองฝ่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพของบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่เขารับจากการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการ

เมื่อพิจารณาพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม การให้บริการที่เป็นมิตร/ มารยาท/ ความสุภาพ พนักงานการให้บริการที่เป็นมิตร มารยาท/ ความสุภาพ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cronin and Hult (2000) ภาพรวมมีบริการ ที่ดี ดังนั้นสถานพยาบาล ควรจัดแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาทางทันตกรรม หรืออาจจะเลือกทันตแพทย์ที่มีชื่อเสียงไว้ประจำในสถานพยาบาล และควรรักษามาตรฐานการให้บริการโดยให้บริการทางทันตกรรมตรงกันกับที่ให้รายละเอียดไว้กับเพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการ หรือนักท่องเที่ยวให้ความเชื่อถือกับสถานพยาบาลมากยิ่งขึ้น

10. ด้านผลผลิตและคุณภาพ มีความพึงพอใจ พบว่า โดยรวม และทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ มีการติดตามบริการหลังการรักษา มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกกับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการให้บริการ มีการบริการที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสากล และมีระยะเวลาในการรับประกันคุณภาพของการรักษา ในแต่ละด้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) อธิบายว่า ผลผลิตและคุณภาพการบริการ หมายถึงผู้บริโภคสามารถมองเห็นได้จากห้องพัก การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งการปรับปรุง

ผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการ

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lynch and Schule (1990) ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจ ในคุณภาพบริการ จากการมารับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานที่รอคอย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Newman and others (1998) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มารับบริการสุขภาพในจังหวัดมานิกา (Manica) ในประเทศโมแซมบิค (Mozambique) พบว่า ระดับความพึงพอใจขึ้นกับการได้รับการฝึกอบรมของผู้ให้บริการ ความมั่นใจในผู้ให้บริการ และระยะเวลาในการรอ บริการที่ได้รับอยู่ในระดับดีถึงดีมาก ดังนั้น สถานพยาบาลควรมุ่งเน้นเรื่องมาตรฐาน เช่น การขอการรับรองมาตรฐานกับสถานพยาบาลต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาฝึกอบรมผู้ให้บริการทุกส่วนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษามาตรฐานในการให้บริการกับผู้ใช้บริการอย่างครบถ้วนทั้งกระบวนการให้บริการ

11. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ระดับความพึงพอใจ โดยรวม และในทุกรายการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนใหญ่ ความสะอาดของสถานบริการ รองลงมา มีป้ายติดบอกสถานพยาบาลอย่างชัดเจน การตกแต่งของสถานบริการ และมีสถานที่นั่งพักอย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Christopher (2003) และแนวคิดของ Christopher and Jochen (2011) อธิบายว่า ลักษณะทางกายภาพ เป็นหลักฐานเสริมที่มองเห็นได้และแสดงถึงรูปแบบ และคุณภาพบริการของหน่วยบริการงานที่ให้ เช่น ความสวยงาม โดดเด่นของอาคาร สถานที่ เครื่องมือที่ให้บริการ เป็นต้น ซึ่งจะมีผลกระทบ อย่างแรงต่อความประทับใจและความรู้สึกของลูกค้า

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lynch and Schule (1990) ได้ศึกษาถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจ ในคุณภาพบริการ จากการมารับบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานที่รอคอยและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่า ความสะดวกของที่ตั้งของประเทศไทยมีความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัยในประเทศ

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Walker (2006) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับมูลค่าและการบริการที่มีคุณภาพ ของลูกค้าที่ใช้บริการธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร ผลการวิจัย พบว่า การบริการธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร เกิดจาก ความพึงพอใจและความจงรักภักดี ของลูกค้าซึ่ง โดยเกิดจากสิ่งที่ลูกค้ารู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณค่าที่จะได้รับ ดังนั้นสถานพยาบาลควรให้ความตระหนักอย่างมากในการรักษามาตรฐานความสะอาดของสถานบริการ เช่น การจัดทีมงานในการตรวจสอบความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ การติดตั้งป้ายในจุดให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวก

ให้กับผู้ใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ในสถานพยาบาล โดยตกแต่งสถานบริการให้มีความสวยงามอยู่เสมอ เพื่อสร้างความโดดเด่น และสร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถติ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิฤมน คำเอี่ยม (2553) ศึกษาวิจัยแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่าง

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ พัฒนกิจจารักษ์ (2555) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจของผู้มารับบริการทันตกรรม ในโรงพยาบาลพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการบริการ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสุขภาพทันตกรรม ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ดังนั้นสถานประกอบการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะจัดโปร แกรมการรักษานำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่หลากหลาย เพื่อให้เหมาะสมตรงกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน เพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวก กับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัยโดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มีความหมายว่าข้อมูลทั้งสองได้แก่ คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัด

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

รักษาสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีระดับความสัมพันธ์กันสูง มีความสัมพันธ์ทางบวก

จึงสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในทางบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิฤมน คำเอี่ยม (2553) ศึกษาวิจัยแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

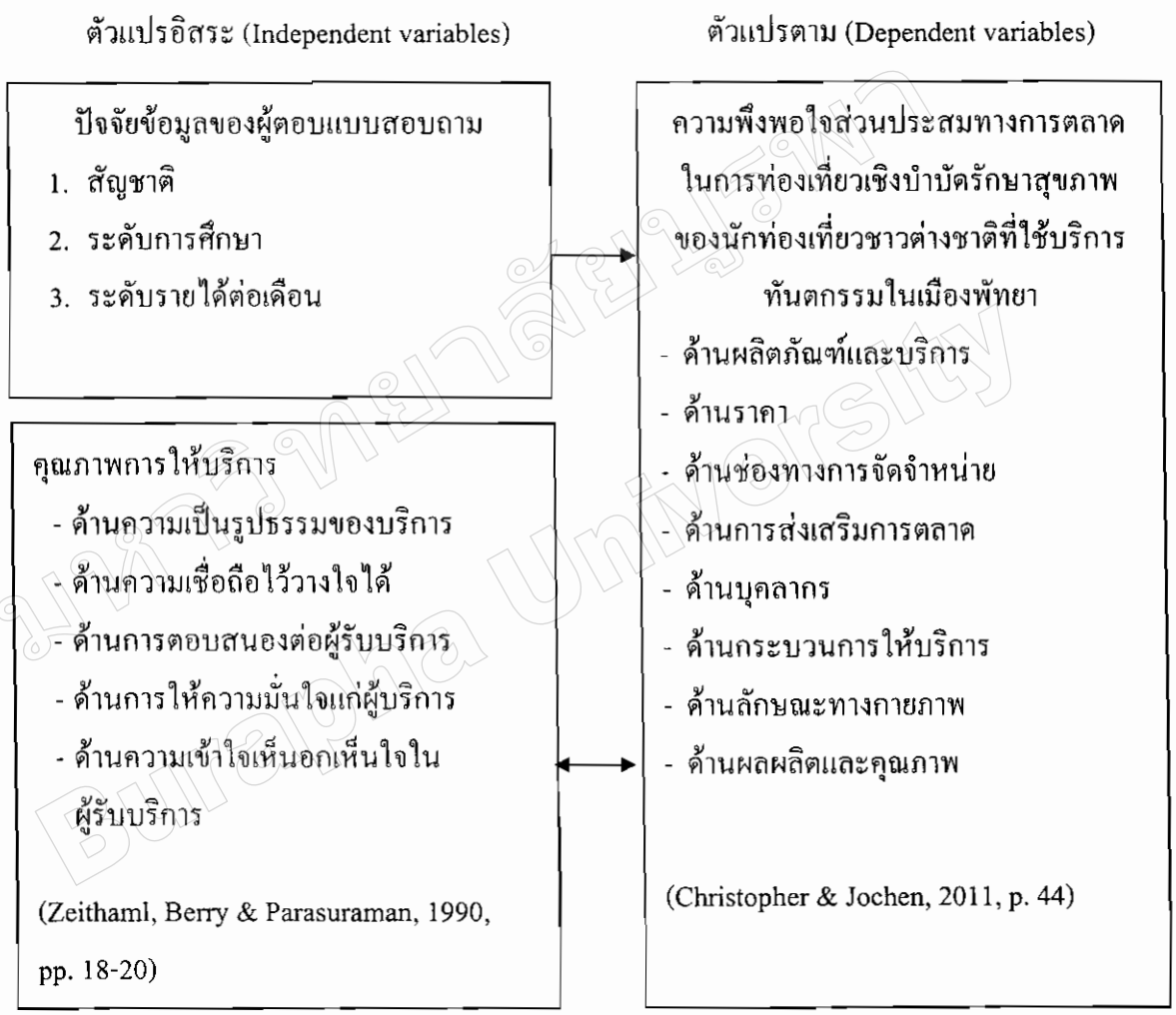
และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท มาร์เก็ตไว้ส์ จำกัด (2553) ศึกษาการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโครงการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่า การให้บริการทางสุขภาพของประเทศไทยสามารถตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล อัตราค่ารักษาพยาบาล ความปลอดภัยภายในประเทศ และความสะดวกของขั้นตอนการเข้าประเทศ และงานวิจัยของประภาพร ภูมิวัฒนรุ่งโรจน์ (2555) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ทันตกรรม ของผู้ใช้บริการระหว่างโรงพยาบาลเอกชน และคลินิกทันตกรรม พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทันตกรรมของผู้ใช้บริการระหว่างโรงพยาบาลเอกชน และคลินิกทันตกรรมแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าควรศึกษาลักษณะพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ และการจัดคุณภาพบริการ ของสถานบริการสุขภาพทันตกรรม โดยพัฒนาให้สอดรับกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้สูงสุด

จากการศึกษาความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผลการศึกษาได้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ คือ ตัวแปรอิสระ ปัจจัยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สัญชาติ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาแตกต่างกัน และคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา ระดับที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน คือค่าตัวแปร

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

หนึ่งมากขึ้น อีกตัวแปรก็มากด้วย หากน้อยลง ก็น้อยลงเหมือนกัน จึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดที่ได้จากการวิจัย



ภาพที่ 5-1 กรอบแนวคิดที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการคลินิกทันตกรรมในการพัฒนาและรักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งนี้ข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ อาจนำไปใช้แตกต่างกันตามการบริหารจัดการขององค์กร หน่วยงาน หรือคลินิก ซึ่งต้องพิจารณาจากปัจจัยอื่น ๆ ประกอบเช่น

ทำเลของสถานประกอบการ ขนาดของกิจการ นโยบายการบริหาร กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

1. คุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยเสนอแนะรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ สถานบริการควรมุ่งเน้นความสะอาดของสถานที่ให้บริการทันตกรรม มุ่งเน้นการพัฒนาบริการเพื่อสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นโดยอาศัยความได้ เปรียบจากความน่าเชื่อถือในการให้คำปรึกษาของแพทย์ และการจัดองค์ประกอบของการให้บริการ เช่น สถานที่ บุคคล เครื่องมือ หรือวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการควรมีคุณภาพ และให้บริการกับลูก ค้าอย่างชัดเจน ทั้งนี้ต้องสามารถช่วยให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการตอบสนองบริการได้ดีและมีประสิทธิ ภาพขึ้นอย่างชัดเจน

1.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ควรมุ่งเน้นทันตแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาเป็นที่น่าเชื่อถือ หรืออาจจะเลือกทันตแพทย์ที่มีชื่อเสียงไว้ประจำในสถานพยาบาล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจใช้บริการ การให้บริการทันตกรรมมีความถูกต้อง แม่นยำ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อในความสามารถ ความรู้ ความชำนาญ ของผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นในการรักษาด้วยยา หรืออุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยควรรักษามาตรฐานการให้บริการโดยให้บริการทางทันตกรรมตรงกันกับที่ให้รายละเอียดไว้กับเพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการ หรือนัก ท่องเที่ยวให้ความเชื่อถือกับสถานพยาบาลมากยิ่งขึ้น

1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ควรมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการให้ความสะดวกในการเข้าใช้บริการทันตกรรม อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ การตรวจสุขภาพ ทำฟัน ศัลยกรรมความงาม นักท่อง เที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการโดยเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ไว้ในสถานพยาบาล เช่น มุมกาแฟ ห้องนั่งเล่น สำหรับรอการรักษา การใช้วัสดุอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาให้บริการรักษาทางทันตกรรมกับผู้ใช้บริการ เพื่อให้สถานพยาบาลมีคุณภาพการให้บริการที่ดีสามารถให้บริการให้ลูกค้าได้เห็นอย่างชัดเจน โดยผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองการเลือกใช้บริการนั้น ๆ ได้ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม โดยการฝึก อบรมผู้ให้บริการ ให้มีความมั่นใจในการให้บริการผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองการเลือกใช้บริการนั้น ๆ ได้

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการ ทันตแพทย์และเจ้าหน้าที่ มีความสำคัญอย่างมากที่จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการทันตกรรม ดังนั้นสถานพยาบาลทันตกรรม ควรพัฒนารูปแบบการบริการให้กับในการสร้างความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการ เช่น การส่งเจ้าหน้าที่ไปอบรมความรู้ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความ

ต้องการกับผู้ใช้บริการเพื่อทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการดีที่สุด จึงต้องพัฒนาการให้บริการให้ดี เพื่อให้ภาพรวมมีบริการที่ดี ผู้รับบริการจะแนะนำบอกต่อ การพัฒนารูปแบบการบริการให้กับผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการได้ สถานบริการควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการเพื่อให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพื่อทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการดีที่สุด

1.5 ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ ผู้ให้บริการควรมีความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการ ทั้งนี้ผู้มาใช้บริการเก็บความรู้สึกภายในที่ใช้บริการ โดยในส่วนของประสบการณ์ ในการใช้บริการเห็นว่าภาพ รวมมีบริการที่ดี การแนะนำบอกต่อกับคนอื่น ๆ ความจงรักภักดีต่อการบริการและการจ่ายมากขึ้นในบริการครั้งต่อไป ดังนั้น สถานพยาบาลควรใช้ปัจจัยมุ่งเน้นให้ผู้ใช้บริการเดิมจูงใจเพื่อน หรือคนรู้จักให้เข้ามาใช้บริการกับสถานพยาบาล โดยอาจใช้กิจกรรมอื่น ๆ เช่น ส่วนลดการให้บริการหรือบริการรักษาทางทันตกรรมอื่นๆ ฟรี ทั้งนี้หลักสำคัญคือต้องรักษามาตรฐานการให้บริการในภาพรวมเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้บริการรายเดิม ยินดีอย่างมากที่จะแนะนำบอกต่อกับคนอื่นๆ ความจงรักภักดีต่อการบริการและการจ่ายมากขึ้นในบริการครั้งต่อไป

1.6 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยา มีข้อเสนอแนะในแต่ละด้าน ดังนี้

1.7 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ควรมุ่งเน้นการบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพฟัน โดยอาจจะจัดรายการตรวจสุขภาพฟันฟรี และการพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์ การบริการนั้นต้องมีคุณภาพ โดยการจัดองค์ประกอบของการบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น สถานที่รอคอย ห้องพัก อาหาร ทำเลที่ตั้ง มนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการที่ดีจะเกิดความเชื่อถือในการใช้บริการ ได้แก่ ความเชื่อถือต่อความสามารถ ความรู้ ความชำนาญ ของผู้ให้ บริการ ความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นหน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

1.8 ด้านราคา ควรมุ่งเน้นการพัฒนานโยบายราคา เช่น การกำหนดโปรแกรมการให้บริการหลายระดับราคาให้เลือก โดยให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้เลือกใช้บริการหรือการกำ หนดวิธีการรับชำระค่าบริการหลาย ๆ วิธี เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ

1.9 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเลือกสถานบริการที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางของลูกค้า เช่น อยู่ในเขตชุมชน และตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยการสร้างโอกาสการเติบโตของธุรกิจ ขยายเครือข่ายธุรกิจ/ ช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจที่

เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม เพื่อเสนอแพ็คเกจร่วมกัน ซึ่งการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยอาศัยคนกลาง เช่น ตัวแทน เอเย่นต์ หรือการออกบู้ทการท่องเที่ยวในการนำเสนอรูปแบบการให้บริการให้กระจายไปถึงลูกค้าอย่างสะดวกและง่าย และต้องพัฒนาปรับปรุงสถานที่การให้บริการให้สวยงาม สะดุดตา และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้

1.10 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการโฆษณาชัดเจน เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การให้ข่าวสารและการแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อเกิดปฏิกิริยาเมื่อถึงเวลาอันควรการให้ข้อมูล/ ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล

1.11 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรจัดระบบการนัดหมายเพื่อรับการรักษา และติดตามผลในครั้งต่อไปให้สะดวก มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม พบว่าความสะดวกของขั้นตอนการเข้าประเทศ ความหลากหลายครบวงจรของบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก

1.12 ด้านบุคลากร ควรฝึกอบรมด้านภาษาต่างชาติให้กับทันตแพทย์เพื่อให้สามารถสื่อ สารกับลูกค้าชาวต่างชาติให้ข้าใจง่าย พนักงานที่ให้บริการควรให้บริการที่เป็นมิตร/ มารยาท/ ความสุภาพ พนักงานการให้บริการที่เป็นมิตร มารยาท/ความสุภาพ

1.13 ด้านผลผลิตและคุณภาพ ควรให้ความสำคัญในการติดตามบริการหลังการรักษา การปรับปรุงผลผลิตการให้บริการทั้งกระบวนการ เพื่อผู้ให้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

1.14 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมุ่งเน้นและมีการตรวจความสะอาดของสถานบริการ การให้ความสำคัญในการติดป้ายบอกสถานพยาบาลด้วยภาษาต่างประเทศให้เห็นอย่างชัดเจน การตกแต่งสถานที่ให้บริการให้สวยงาม โดดเด่น สะดุดตาทั้งตัวอาคาร สถานที่ รวมถึงการจัดเครื่องมือที่ให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณค่าที่จะได้รับ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์หรือทำโฟกัส กรุ๊ป (Focus group) ในกลุ่มประเทศที่มีผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการมากที่สุดเพื่อให้ผู้รับบริการมีโอกาสแสดงความคิดเห็นมากกว่านี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของการบริการให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากการสัมภาษณ์จะทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงต่อความรู้สึกของผู้ใช้บริการมากกว่าการใช้แบบสอบถามที่ระบุคำถามไว้ และจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามบางคนไม่อยากทำแบบสอบถามที่ต้องใช้เวลาในการอ่านมากนัก แต่จะพึงพอใจหากมีการพูดคุยโต้ตอบกันระหว่างการสนทนามากกว่า

2. กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาให้มีความชัดเจนในลักษณะเดียวกัน เช่น กำหนดตามขนาดหรือประเภทของสถานประกอบการ เช่น คลินิกขนาดเล็ก คลินิก

ขนาดกลาง คลินิกขนาดใหญ่ หรือโรงพยาบาล เนื่องจากในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการทันตกรรมในเมืองพัทยาโดยทั่วไป ซึ่งมีทั้งจากสถานประกอบการประเภทคลินิก และสถานประกอบการขนาดใหญ่ประเภทโรงพยาบาล ดังนั้นความพึงพอใจที่ได้อาจจะแตกต่างกันไปตามสถานที่ และการให้บริการ อาจยังไม่ชัดเจนหากนำข้อมูลที่ได้ไปแนะนำให้สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องใช้ประโยชน์

3. ควรศึกษาในจังหวัดอื่นพื้นที่ใกล้เคียงที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น กรุงเทพมหานคร ระยอง เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ ระหว่างพื้นที่เมืองพัทยาและพื้นที่ใกล้เคียง และนำผลที่ได้มาพัฒนาคุณภาพการบริการในส่วนที่ยังไม่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University