

อารยา สมสุขหวัง 2557: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าและความจงรักภักดีต่อ  
สปาไทย ของนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:  
อาจารย์ยอดมณี เทพานนท์, Ph.D. 128 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่  
ส่งต่อการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ อารมณ์ ราคาที่เป็นตัวเงิน และราคาที่ไม่เป็นตัวเงินของ  
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ารับบริการสปาในประเทศไทย 2) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณค่าด้าน  
คุณภาพ อารมณ์ ราคาที่เป็นตัวเงิน และราคาที่ไม่เป็นตัวเงิน ที่ส่งต่อความจงรักภักดีของ  
นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าเคยรับบริการสปาไทย 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างของประสบการณ์การ  
ท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่า และความจงรักภักดี ของนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง  
ที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมที่  
เคยเข้ารับบริการสปาไทย จำนวน 408 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูล และใช้วิธีการวิจัยเชิง  
พรรณนาและเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากประชากร  
จำนวน 408 ชุด โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
t-test และวิเคราะห์การถดถอย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ประสบการณ์นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลการรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ  
อารมณ์ ราคาที่เป็นตัวเงิน และราคาที่ไม่เป็นตัวเงิน 2) การรับรู้คุณค่าด้านคุณภาพ อารมณ์ และ  
ราคาที่เป็นตัวเงินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความจงรักภักดี 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของ  
นักท่องเที่ยว จำแนกตามความแตกต่างด้านวัฒนธรรม พบว่าแตกต่างในด้านการรับรู้ด้านคุณภาพ  
การรับรู้ด้านอารมณ์ การรับรู้ด้านราคาที่ไม่เป็นตัวเงิน และความจงรักภักดี