

บทคัดย่อ

T 154202

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เปิดบริการในลักษณะของโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 131 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) ด้วยเทคนิคการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และวิธี Marginal Effects

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการบริการ โดยพบว่าปัจจัยผู้ให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกและมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5 ($\alpha = 0.05$) และปัจจัยทางด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกและมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10

($\alpha = 0.10$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้ง ด้านค่าบริการ ด้านผู้ให้บริการ และด้านการบริการ จะมีผลในเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า ในปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.37-27.18 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในชื่อเสียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) และโอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 39.5-55.81 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) ในปัจจัยด้านค่าบริการ พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 21.13-36.8 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านระดับราคาเพิ่มขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) และโอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 19.69-30.14 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) ในปัจจัยด้านผู้ให้บริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 39.54-54.86 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5 ($\alpha = 0.05$) และในส่วนของปัจจัยด้านการบริการโอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.52-38.5 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในรูปแบบของการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$)

ABSTRACT

TE 154202

The purpose of this independent study is to examine factors affecting foreign tourists' satisfaction in using spa-services in Chiang Mai Province, particularly hotel and resort spas. For the primary data, 131 observations are collected by questionnaire using a purposive sampling technique. The analysis in this study uses descriptive statistics, and the Logit model with Maximum Likelihood Estimates (MLE) and Marginal Effects method.

The empirical results indicate that the main factors affecting foreign tourists' satisfaction in using spa-services in Chiang Mai Province are location, service fee and service, which have positive coefficients and significance at the 10% level ($\alpha = 0.10$). Also, staff service has a positive coefficient and significance at the 5% level ($\alpha = 0.05$). This implies that the changes of satisfaction in location, service fee, service and staff service have a positive effect on foreign tourists' satisfaction in using spa-services in Chiang Mai Province.

Regarding the Marginal Effects, the location factor is found that if foreign tourists have higher satisfaction with reputation, their satisfaction in using spa-service could increase by 23.37 - 27.18%, statistically significant at the 10% level and, if foreign tourists have higher satisfaction with atmosphere, their satisfaction in using spa-service could increase by 39.5 - 55.81%, statistically significant at the 10% level. Also, the service fee factor is indicated that, if foreign tourists have higher satisfaction with price, their satisfaction in using spa-service could increase by 21.13 - 36.8%, statistically significant at the 10% level and, if foreign tourists have higher satisfaction with the promotion, their satisfaction in using spa-service could increase by 19.69 - 3.14%, statistically significant at the 10% level. For the staff service factor, if foreign tourists have higher satisfaction in staff service, their satisfaction in using spa-service could increase by 39.54 - 54.86%, statistically significant at the 5% level. Finally, for the service factor, if foreign tourists have higher satisfaction in types of service, their satisfaction in using spa-service could increase by 23.52 - 38.5%, statistically significant at the 10% level.