

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

4.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

4.2.2 ด้านราคา

4.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

4.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

4.3.1 มาตรฐานด้านสถานที่

4.3.2 มาตรฐานด้านบุคลากร

4.3.3 มาตรฐานด้านการบริการ

4.3.4 มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์

4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของชาวต่างชาติในด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ที่ใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา รายได้ปัจจุบัน ความถี่ในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล รูปแบบการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่เลือกใช้ในครั้งนี ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา แยกรายประเทศ และความคิดเห็นที่มีต่อสถานประกอบการสปาในประเทศไทย โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	155	38.7
หญิง	245	61.3
รวม	400	100
2. อายุ		
20 ปี หรือต่ำกว่า	39	9.8
21 - 30 ปี	123	30.8
31 - 40 ปี	132	33.0
41 - 50 ปี	65	16.3
51 ปีขึ้นไป	41	10.3
รวม	400	100
3. ภูมิลำเนา		
ทวีปเอเชีย	207	51.7
ทวีปโอเชียเนีย	20	5.0
ทวีปยุโรป	101	25.3
ทวีปอเมริกา	72	18.0
รวม	400	100

4. ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	90	22.5
ปริญญาตรี	184	46.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	126	31.5
รวม	400	100
5. รายได้ปัจจุบัน		
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	119	29.8
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	90	22.5
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	49	12.3
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	142	35.5
รวม	400	100
6. ความถี่ในการใช้บริการสถานประกอบ กิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล		
ใช้บริการเป็นครั้งแรก	154	38.5
1 - 3 ครั้งต่อเดือน	197	49.3
4 - 6 ครั้งต่อเดือน	29	7.2
มากกว่า 7 ครั้งต่อเดือน	20	5.0
รวม	400	100
7. รูปแบบการบริการในสถานประกอบกิจการ สปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่ท่านเลือกใช้ใน ครั้งนี้		
นวดผ่อนคลาย	123	30.8
นวดจับเส้น	22	5.5
นวดน้ำมัน	62	15.5
นวดฝ่าเท้า / นวดเท้า	48	12.0
นวดประคบสมุนไพร	39	9.8
ดูแลผิวหน้า / ดูแลผิวกาย	63	15.8
Hydrotherapy	43	10.8
รวม	400	100

8. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	65	16.3
501-1500 บาท	160	40.0
1501-2500 บาท	74	18.5
มากกว่า 2501 บาท	101	25.3
รวม	400	100
9. ภูมิภาค/ภูมิลำเนา		
ออสเตรเลีย	13	3.3
บังกลาเทศ	4	1.0
แคนาดา	15	3.8
จีน	25	6.3
อังกฤษ	37	9.3
เยอรมัน	13	3.3
ฮ่องกง	12	3.0
อินเดีย	2	.5
ญี่ปุ่น	21	5.3
เกาหลี	47	11.8
คูเวต	7	1.8
มาเลเซีย	37	9.3
นิวซีแลนด์	7	1.8
นอร์เวย์	7	1.8
ฟิลิปปินส์	6	1.5
โปแลนด์	8	2.0
รัสเซีย	19	4.8
สิงคโปร์	17	4.3
สวีตเซอร์แลนด์	17	4.3
ไต้หวัน	29	7.2
ประเทศสหรัฐอเมริกา	57	14.2
รวม	400	100

10. ท่านคิดอย่างไรกับสถานประกอบการสปา ในประเทศไทย?	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดี	340	85.0
บริการดีและราคาเหมาะสม	2	.5
ยอดเยี่ยม	6	1.5
น่าสนใจ	18	4.5
สมบูรณ์แบบ	3	.8
ราคาเหมาะสม	1	.3
ผ่อนคลาย	26	6.5
มีความเป็นไทย	1	.3
มีมาตรฐานที่ดี	3	.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่ใช้
บริการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพระดับสากล จำนวน 10 แห่ง ปรากฏ ดังนี้

เพศ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3
และเป็นเพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา
คือ ช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็น
ร้อยละ 16.3 ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และช่วงอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า
จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา มีภูมิลำเนาอยู่ทวีปเอเชียมากที่สุด จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7
รองลงมาคือ ทวีปยุโรป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ทวีปอเมริกา จำนวน 72 คน คิดเป็น
ร้อยละ 18.0 ทวีปโอเชียเนีย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็น
ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ
ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

รายได้ มีรายได้สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือนมากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ
35.5 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 มี

รายได้ 901–1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และมีรายได้ 1,501–2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ความถี่ในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล มากที่สุดคือ ใช้บริการ 1–3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ ใช้บริการเป็นครั้งแรก จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ใช้บริการ 4–6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อเดือน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

รูปแบบการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่เลือกใช้ มากที่สุดคือ นวดผ่อนคลาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ คู่มือผิวหนัง/ คู่มือผิวกาย จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 นวดน้ำมัน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 นวดฝ่าเท้า/ นวดเท้า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 Hydrotherapy จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 นวดประคบสมุนไพร จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และนวดจับเส้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล มากที่สุดคือ ราคา 501–1,500 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ราคามากกว่า 2,501 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ราคา 1,501–2,500 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และราคาต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ภูมิภาค/ ภูมิลำเนา แยกรายประเทศ พบว่า ประเทศที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 57 คน คิดเป็น 14.2 รองลงมาคือ เกาหลี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 อังกฤษ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 มาเลเซีย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ใต้หวัน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 จีน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ญี่ปุ่น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 รัสเซีย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 สิงคโปร์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 สวิตเซอร์แลนด์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 แคนาดา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ออสเตรเลีย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 เยอรมัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ฮองกง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 โปแลนด์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ภูเวท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 นิวซีแลนด์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 นอร์เวย์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ฟิลิปปินส์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 บังกลาเทศ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ อินเดีย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของชาวต่างชาติที่มีต่อสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย พบว่า คิดเห็นว่าดี มากที่สุด จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมาคือ คิดเห็นว่าผ่อนคลาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 คิดเห็นว่าน่าสนใจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

คิดเห็นว่ายอดเยี่ยม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 คิดเห็นว่าสมบูรณ์แบบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 คิดเห็นว่ามีความมาตรฐานที่ดี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 คิดเห็นว่าบริการดีและราคาเหมาะสม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 คิดเห็นว่าราคาเหมาะสม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และคิดเห็นว่ามีความเป็นไทย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

4.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลโดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการขาย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

ลำดับ	ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.97	.604	มาก
2	ด้านราคา	3.86	.674	มาก
3	ด้านการจัดจำหน่าย	3.93	.690	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการขาย	3.65	.817	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.86	0.527	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระดบสากลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นั้น มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.86$) โดยพิจารณาในข้อย่อย ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมา ด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.93$) ด้านราคา มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.86$) และด้านการส่งเสริมการขาย มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระดบสากล จำแนกตาม ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระดบสากล				
ลำดับ	ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระดบสากล (ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	3.98	.788	มาก
2	การแต่งกายของพนักงานทำให้รู้สึกอยากใช้บริการ	4.10	.701	มาก
3	มีสิ่งอำนวยความสะดวกเสริม เช่น ห้องอบไอน้ำ	3.84	.810	มาก
รวม		3.97	0.604	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระดบสากล จำแนกตาม ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยพิจารณาในข้อย่อยนั้น การแต่งกายของพนักงานทำให้รู้สึกอยากใช้บริการ มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมา ความหลากหลายของสินค้าและบริการ มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.98$) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเสริม เช่น ห้องอบไอน้ำ มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปา เพื่อสุขภาพพระดั่งสากล จำแนกตาม ด้านราคา

ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล (ด้านราคา)				
ลำดับ	ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	มีราคาให้เลือกหลายระดับ	3.64	.657	มาก
2	มีราคาเหมาะสม	3.96	.825	มาก
3	มีการแสดงราคาที่ชัดเจน	3.98	.906	มาก
รวม		3.86	0.674	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล จำแนกตาม ด้านราคา โดยพิจารณาในข้อย่อย นั้น การแสดงราคาที่ชัดเจน มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมา ราคาเหมาะสม มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.96$) และมีราคาให้เลือกหลายระดับ มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปา เพื่อสุขภาพพระดั่งสากล จำแนกตาม ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้เลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล (ด้านการจัดจำหน่าย)				
ลำดับ	ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	เดินทางสะดวก	4.06	.614	มาก
2	สามารถหาข้อมูลร้านได้จากอินเทอร์เน็ต	3.86	1.115	มาก
3	ชำระค่าบริการได้หลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิต	3.88	.865	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.93	0.690	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพพระดั่งสากล จำแนกตาม ด้านการจัดจำหน่าย โดยพิจารณาในข้อย่อย นั้น

เดินทางสะดวก มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา ชำระค่าบริการได้หลายรูปแบบ เช่น เงินสด บัตรเครดิต มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.88$) และสามารถหาข้อมูลร้านได้จากอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปา เพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้เลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการส่งเสริมการขาย)				
ลำดับ	ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	แพคเกจต่างๆ เช่น ร่วมกับค่าโรงแรม ร่วมกับสายการบิน ร่วมกับบริษัททัวร์	3.44	1.004	มาก
2	มีส่วนลดสำหรับการใช้บริการครั้งแรก	3.80	.960	มาก
3	มีส่วนลดในการสมัครเป็นสมาชิก	3.72	.940	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.65	0.817	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านการส่งเสริมการขาย โดยพิจารณาในข้อย่อย นั้น ส่วนลดสำหรับการใช้บริการครั้งแรก มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมา ส่วนลดในการสมัครเป็นสมาชิก มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.72$) และแพคเกจต่างๆ เช่น ร่วมกับค่าโรงแรม ร่วมกับสายการบิน ร่วมกับบริษัททัวร์ มีความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล แตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Sample t-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แทน คือ

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้เลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ)				
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ					
ชาย	3.98	.586	.079	.307	ไม่แตกต่าง
หญิง	3.97	.616	.080		
อายุ					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
20 ปี หรือต่ำกว่า	4.01	.580	.777	.540	ไม่แตกต่าง
21 - 30 ปี	4.01	.613			
31 - 40 ปี	3.98	.555			
41 - 50 ปี	3.97	.634			
51 ปีขึ้นไป	3.82	.704			
ภูมิภาค					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ทวีปเอเชีย	4.00	.603	.638	.591	ไม่แตกต่าง
ทวีปโอเชียเนีย	3.85	.768			
ทวีปยุโรป	3.93	.569			
ทวีปอเมริกา	4.00	.609			

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.05	.576			
ปริญญาตรี	3.97	.648	1.123	.326	ไม่แตกต่าง
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.93	.554			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.94	.673			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.98	.547	.171	.916	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.99	.645			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.99	.566			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .307 .540 .591 .326 .916 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน แตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระระดับสากล (ด้านราคา) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้เลือกใช้บริการในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพพระระดับสากล (ด้านราคา)				
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ					
ชาย	3.82	.673	-.806	.554	ไม่แตกต่าง
หญิง	3.88	.676			
อายุ					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
20 ปี หรือต่ำกว่า	3.91	.621	.342	.850	ไม่แตกต่าง
21 - 30 ปี	3.89	.693			
31 - 40 ปี	3.82	.676			
41 - 50 ปี	3.90	.656			
51 ปีขึ้นไป	3.81	.711			
ภูมิภาค					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ทวีปเอเชีย	3.88	.664	.158	.924	ไม่แตกต่าง
ทวีปโอเชียเนีย	3.83	.745			
ทวีปยุโรป	3.84	.679			
ทวีปอเมริกา	3.83	.690			
ระดับการศึกษา					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.97	.618	1.913	.149	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	3.80	.722			
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.87	.635			

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.83	.694			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.86	.596	.241	.867	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.83	.752			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.90	.682			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านราคา) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .554 .850 .924 .149 .867 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มี เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน แตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านราคา) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการจัดจำหน่าย) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้เลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการจัดจำหน่าย)				
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ					
ชาย	3.87	.696	1.539	.492	ไม่แตกต่าง
หญิง	3.98	.685	1.533		

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ					
20 ปี หรือต่ำกว่า	4.05	.610			
21 - 30 ปี	3.97	.687			
31 - 40 ปี	3.88	.708	.601	.662	ไม่แตกต่าง
41 - 50 ปี	3.90	.648			
51 ปีขึ้นไป	3.94	.790			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค					
ทวีปเอเชีย	3.96	.688			
ทวีปโอเชียเนีย	3.50	.587	2.858	.037*	แตกต่าง
ทวีปยุโรป	3.97	.733			
ทวีปอเมริกา	3.93	.633			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.96	.646			
ปริญญาตรี	3.91	.732	.236	.790	ไม่แตกต่าง
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.96	.662			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.86	.687			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.92	.688	.935	.424	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.94	.778			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.00	.664			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้ชาวต่างชาติเลือกใช้บริการในสถาน

ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการจัดจำหน่าย) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .492 .662 .790 .424 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน แตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการจัดจำหน่าย) ไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ภูมิลำเนา มีค่า Sig. เท่ากับ .037 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ ภูมิลำเนา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการจัดจำหน่าย) ช่วงภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ทวีปเอเชีย	ทวีปโอเชียเนีย	ทวีปยุโรป	ทวีปอเมริกา
ทวีปเอเชีย	-	.45652*	-.01708	.02597
ทวีปโอเชียเนีย		-	-.47360*	-.43056
ทวีปยุโรป			-	.04304
ทวีปอเมริกา				-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการจัดจำหน่าย) ช่วงภูมิลำเนา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบ 2 คู่ ที่แตกต่างกัน โดยคู่แรก ได้แก่ คู่ทวีปเอเชีย กับ คู่ทวีปโอเชียเนีย คู่ที่ 2 ได้แก่ คู่ทวีปโอเชียเนีย กับ คู่ทวีปยุโรป

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการส่งเสริมการขาย) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้เลือกใช้บริการในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการส่งเสริมการขาย)				
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ					
ชาย	3.55	.838	-2.008	.177	ไม่แตกต่าง
หญิง	3.72	.798	-1.986		
อายุ					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
20 ปี หรือต่ำกว่า	3.93	.659	1.496	.203	ไม่แตกต่าง
21 - 30 ปี	3.66	.898			
31 - 40 ปี	3.58	.770			
41 - 50 ปี	3.67	.815			
51 ปีขึ้นไป	3.58	.830			
ภูมิสำเนา					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ทวีปเอเชีย	3.64	.867	.647	.585	ไม่แตกต่าง
ทวีปโอเชียเนีย	3.45	.767			
ทวีปยุโรป	3.72	.711			
ทวีปอเมริกา	3.65	.829			
ระดับการศึกษา					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.72	.752	2.151	.118	ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	3.70	.892			
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.53	.737			

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.69	.802			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.71	.816	.478	.698	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.63	1.010			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.59	.761			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้ชาวต่างชาติเลือกใช้บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการส่งเสริมการขาย) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .177 .203 .585 .118 .698 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบันแตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการส่งเสริมการขาย) ไม่แตกต่างกัน

4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้มาตรฐาน 4 ด้าน ของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) มาตรฐานด้านสถานที่ 2) มาตรฐานด้านบุคลากร 3) มาตรฐานด้านการบริการ 4) มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้มาตรฐาน 4 ด้าน ของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลจากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีการรับรู้ดีมาก
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีการรับรู้ดี
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีการรับรู้ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีการรับรู้แย่มาก
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีการรับรู้แย่มากที่สุด

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	ด้านสถานที่	4.10	.641	ดี
2	ด้านบุคลากร	4.11	.667	ดี
3	ด้านการบริการ	4.10	.631	ดี
4	ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์	3.68	.704	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม		4.00	0.596	ดี

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นั้น มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.00$) โดยพิจารณาในข้อย่อย ด้านบุคลากร มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา ด้านสถานที่ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.10$) ด้านการบริการ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.10$) และด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.68$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยของการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านสถานที่

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านสถานที่)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	สถานที่ที่มีการตกแต่งเหมาะสม มีความเป็นเป็นไทย และมีความสวยงาม	4.31	.689	ดีมาก
2	สถานที่ที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ อากาศถ่ายเทได้ดี	4.24	.613	ดีมาก
3	การจัดแบ่งพื้นที่ในการใช้งานเป็นสัดส่วน สะดวก และปลอดภัยในการใช้บริการ	3.94	.850	ดี
4	ประกาศนียบัตรของผู้ให้บริการมีการจัดเตรียม/แสดง ไว้ในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน และอยู่ในสภาพดี	3.94	.853	ดี

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพระดับสากล (ด้านสถานที่)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
5	ห้องสุขาและห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ การแยก ประเภทผู้ใช้ ความพร้อมใช้งาน ความสะอาด อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีสภาพดีพร้อมใช้งาน และติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.06	1.036	ดี
	รวม	4.10	.641	ดี

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านสถานที่ โดยพิจารณาจากข้อย่อย นั้น สถานที่ที่มีการตกแต่งเหมาะสม มีความเป็นเป็นไทย และมีความสวยงาม มีการรับรู้ดีมาก ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมา สถานที่ที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ อากาศถ่ายเทได้ดี มีการรับรู้ดีมาก ($\bar{X} = 4.24$) ห้องสุขาและห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ การแยกประเภทผู้ใช้ ความพร้อมใช้งาน ความสะอาด อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีสภาพดีพร้อมใช้งานและติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสม มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.06$) การจัดแบ่งพื้นที่ในการใช้งานเป็นสัดส่วน สะดวกและปลอดภัยในการใช้บริการ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.94$) และประกาศนียบัตรของผู้ให้บริการมีการจัดเตรียม/ แสดงไว้ในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดเจน และอยู่ในสภาพดี มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยของการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านบุคลากร

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี และ เพียงพอต่อการให้บริการ	4.03	.913	ดี
2	พนักงานทุกคนสวมเครื่องแบบที่เหมาะสมกับการ ปฏิบัติงาน มีความเป็นไทย และ/หรือเรียบร้อยสวยงาม	4.20	.955	ดี

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
3	พนักงานมีการให้บริการด้วยกิริยาที่สุภาพ อ่อนน้อม และเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.28	.887	ดีมาก
4	พนักงานมีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าหรือ ฉุกเฉินได้เป็นอย่างดี	3.87	.804	ดี
5	พนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการ ให้บริการได้อย่างครบถ้วน	4.17	.733	ดี
รวม		4.11	.667	ดี

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านบุคลากร โดยพิจารณาจากข้อย่อย นั้น พนักงานมีการให้บริการด้วยกิริยาที่สุภาพ อ่อนน้อม และเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีการรับรู้ดีมาก ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมา พนักงานทุกคนสวมเครื่องแบบที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน มีความเป็นไทย และ/หรือเรียบร้อย สวยงาม มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.20$) พนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการได้อย่างครบถ้วน มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.17$) พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี และเพียงพอต่อการให้บริการ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.03$) และพนักงานมีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าหรือฉุกเฉินได้เป็นอย่างดี มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยของการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านการบริการ

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพระดับสากล (ด้านการบริการ)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	มีการต้อนรับแบบไทย	4.40	.665	ดีมาก
2	มีการบริการอาหารหรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เป็น ผลิตภัณฑ์ไทย	4.01	.737	ดี
3	มีการระบุบริการต่างๆ ที่จัดให้พร้อมรายละเอียดของ ราคาและระยะเวลาการบริการ	4.03	.750	ดี

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพระดับสากล (ด้านการบริการ)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
4	มีการอธิบายหรือแนะนำแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับ บริการที่จะได้รับ	4.10	.829	ดี
5	มีการสอบถามผู้รับบริการเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ	3.93	.927	ดี
รวม		4.10	.631	ดี

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านการบริการ โดยพิจารณาจากข้อย่อย นั้น มีการต้อนรับแบบไทย มีการรับรู้ดีมาก ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมา มีการอธิบายหรือแนะนำแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.10$) มีการระบุบริการต่างๆ ที่จัดให้พร้อมรายละเอียดของราคาและระยะเวลาการบริการ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.03$) มีการบริการอาหารหรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ไทย มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 4.01$) และมีการสอบถามผู้รับบริการเกี่ยวกับข้อมูลด้านสุขภาพ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยของการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์

ลำดับ	การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1	มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย	3.59	.802	ดี
2	มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในบริเวณที่มีบริการความร้อน เช่น ห้องซาวน่า ห้องอบไอน้ำ มีการตรวจสอบ สม่ำเสมอและต้องมีผู้ดูแลตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ	3.70	.782	ดี
3	มีป้ายทางหนีไฟและแผนผังทางหนีไฟ	3.67	.792	ดี
4	มีระบบการป้องกันอัคคีภัย	3.57	.882	ดี

การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อ				
ลำดับ	สุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์)	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
5	มีการจัดเก็บเครื่องมืออุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างเหมาะสม	3.87	.805	ดี
รวม		3.68	.704	ดี

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำแนกตาม ด้านด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ โดยพิจารณาจากข้อย่อนั้น มีการจัดเก็บเครื่องมืออุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างเหมาะสม มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมา มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในบริเวณที่มีบริการความร้อน เช่น ห้องซาวน่า ห้องอบไอน้ำ มีการตรวจสอบสม่ำเสมอและต้องมีผู้ดูแลตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.70$) มีป้ายทางหนีไฟและแผนผังทางหนีไฟ มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.67$) มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.59$) และมีระบบการป้องกันอัคคีภัย มีการรับรู้ดี ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล แตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Sample t-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แทน คือ

H_0 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีจะมีการรับรู้ด้านคุณภาพของมาตรฐานการบริการ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ด้านคุณภาพของมาตรฐานการบริการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐานของการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านสถานที่) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านสถานที่)				
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ					
ชาย	4.11	.608	.307	.517	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.09	.662	.313		
อายุ					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
20 ปี หรือต่ำกว่า	4.03	.524			ไม่แตกต่าง
21 - 30 ปี	4.11	.615			
31 - 40 ปี	4.05	.696	1.515	.197	
41 - 50 ปี	4.26	.666			
51 ปีขึ้นไป	4.00	.567			
ภูมิภาค					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ทวีปเอเชีย	4.08	.667			ไม่แตกต่าง
ทวีปโอเชียเนีย	4.18	.539	.663	.575	
ทวีปยุโรป	4.05	.595			
ทวีปอเมริกา	4.18	.655			
ระดับการศึกษา					
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.15	.598			ไม่แตกต่าง
ปริญญาตรี	4.07	.719	.542	.582	
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.10	.544			

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.12	.670			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.05	.641	1.056	.368	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.23	.492			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.06	.660			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านสถานที่) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .517 .197 .575 .582 .368 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านสถานที่) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานของการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร)				
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ					
ชาย	4.13	.659	.478	.725	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.10	.673	.480		

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ					
20 ปี หรือต่ำกว่า	4.05	.578			
21 - 30 ปี	4.10	.637			
31 - 40 ปี	4.10	.722	.293	.882	ไม่แตกต่าง
41 - 50 ปี	4.18	.679			
51 ปีขึ้นไป	4.12	.648			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิลำเนา					
ทวีปเอเชีย	4.09	.699			
ทวีปโอเชียเนีย	4.24	.424	.324	.808	ไม่แตกต่าง
ทวีปยุโรป	4.12	.652			
ทวีปอเมริกา	4.11	.651			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.16	.611			
ปริญญาตรี	4.02	.753	3.365	.036*	แตกต่าง
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.20	.546			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.06	.688			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.10	.672	1.448	.228	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.29	.473			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.09	.697			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา และ

รายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .725 .882 .808 .228 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ภูมิภาค และ รายได้ปัจจุบัน แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร) ไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ .036 ซึ่งมีความน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ ระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ Scheffe ซึ่งได้ผลลัพธ์ดัง ตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ของการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถาน ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร) ช่วงระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	.14483	-.04254
ปริญญาตรี		-	-.18737*
ปริญญาโทหรือสูงกว่า			-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพของการ บริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านบุคลากร) ช่วงระดับการศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบ 1 คู่ ได้แก่ คู่ปริญญาตรี กับ คู่ปริญญาโทหรือสูงกว่า

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐานของการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการ
กิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการบริการ) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการ สปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการบริการ)				
		\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ						
	ชาย	4.11	.593	.337	.260	ไม่แตกต่าง
	หญิง	4.09	.655	.345		
		\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ						
	20 ปี หรือต่ำกว่า	4.03	.542			ไม่แตกต่าง
	21 - 30 ปี	4.10	.605			
	31 - 40 ปี	4.08	.676	.936	.443	
	41 - 50 ปี	4.22	.623			
	51 ปีขึ้นไป	4.00	.650			
		\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค						
	ทวีปเอเชีย	4.14	.616			ไม่แตกต่าง
	ทวีปโอเชียเนีย	4.12	.560	1.098	.350	
	ทวีปยุโรป	4.00	.702			
	ทวีปอเมริกา	4.11	.582			
		\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา						
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.16	.559			ไม่แตกต่าง
	ปริญญาตรี	4.07	.663	.632	.532	
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.08	.634			

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.08	.627			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.10	.630	1.171	.320	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.24	.554			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	4.05	.657			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการบริการ) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .260 .443 .350 .532 .320 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านการบริการ) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานของการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์) จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์)				
	\bar{X}	S.D.	t	Sig.	ผลทดสอบ
เพศ					
ชาย	3.73	.695	1.092	.875	ไม่แตกต่าง
หญิง	3.65	.709	1.097		

	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
อายุ					
20 ปี หรือต่ำกว่า	3.56	.660			
21 - 30 ปี	3.72	.656			
31 - 40 ปี	3.66	.751	1.169	.324	ไม่แตกต่าง
41 - 50 ปี	3.80	.746			
51 ปีขึ้นไป	3.57	.651			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ภูมิภาค					
ทวีปเอเชีย	3.71	.725			
ทวีปโอเชียเนีย	3.83	.578	1.601	.189	ไม่แตกต่าง
ทวีปยุโรป	3.56	.688			
ทวีปอเมริกา	3.74	.687			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.73	.650			
ปริญญาตรี	3.63	.768	.818	.442	ไม่แตกต่าง
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.72	.640			
	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ผลทดสอบ
รายได้ปัจจุบัน					
ต่ำกว่า 900 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.67	.717			
901 – 1,500 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.62	.675	1.659	.175	ไม่แตกต่าง
1,501– 2,000 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.89	.585			
สูงกว่า 2,001 ดอลลาร์ต่อเดือน	3.66	.742			

หมายเหตุ: *ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test (ANOVA) การรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่

เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .875 .324 .189 .442 .175 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา และรายได้ปัจจุบัน แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพของการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์) ไม่แตกต่างกัน

4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของชาวต่างชาติในด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของชาวต่างชาติในด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จากค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

ลำดับ	ความพึงพอใจที่มีต่อสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1	ข้าพเจ้ามีความรู้สึกที่ดีในการใช้บริการ	4.20	.744	มาก
2	ข้าพเจ้าอยากจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง	4.24	.879	มากที่สุด
3	การมาใช้บริการในครั้งนี้เกิดความคาดหวัง	3.97	.752	มาก
4	ข้าพเจ้ารู้สึกพึงพอใจที่ตัดสินใจใช้บริการ	4.20	.703	มาก
5	การมาใช้บริการในครั้งนี้คุ้มค่ากับเงิน และเวลาที่เสียไป	3.93	.813	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.11	.671	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล นั้น มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.11$) โดยพิจารณาจากข้อย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวอยากจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง มีความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา มีความรู้สึกที่ดีในการใช้บริการ มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.20$) รู้สึกพึงพอใจที่ตัดสินใจใช้บริการ มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.20$) การมาใช้บริการในครั้งนี้เกินความคาดหวัง มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.97$) และการมาใช้บริการในครั้งนี้คุ้มค่ากับเงิน และเวลาที่เสียไป มีความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

H_0 : ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

H_1 : ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

Dependent Variable	ความพึงพอใจ (Y)	
Independent Variable	ด้านสถานที่ (X_1) ด้านบุคลากร (X_2) ด้านการบริการ (X_3) ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (X_4)	
Prediction: Goodness-of-Fit		
Multiple R	.843	
R Square	.711	
Adjusted R Square	.708	
Standard Error	.362	

Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	4	127.601	31.900	
Residual	395	51.897	.131	
F = 242.799	Sig. F= .000			
Durbin-Watson	2.257			
Explanation: Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
ด้านสถานที่ (X ₁)	.248	.237	4.112	.000
ด้านบุคลากร (X ₂)	.131	.130	2.588	.010
ด้านการบริการ (X ₃)	.563	.530	11.435	.000
ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (X ₄)	.006	.006	.141	.888
ค่าคงที่	.225			
Collinearity Diagnostics	Tolerance	Variable Inflation Factor	Condition Index	
ด้านสถานที่ (X ₁)	.220	4.543	16.285	
ด้านบุคลากร (X ₂)	.288	3.471	23.309	
ด้านการบริการ (X ₃)	.341	2.929	27.081	
ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (X ₄)	.385	2.598	36.236	
ค่าคงที่			1.000	

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

โดยที่ Y คือ ความพึงพอใจ

X_1 คือ ด้านสถานที่

X_2 คือ ด้านบุคลากร

X_3 คือ ด้านการบริการ

X_4 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์พบว่า $F = 242.799$ Sig. $F = 0.000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้ง 4 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

1. ค่าความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The model errors are independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic = 2.257 ซึ่งมากกว่า 1.809 ที่องศาอิสระ 400 จึงสรุปได้ว่า ไม่มี ความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

2. ตัวแปรอิสระต้องไม่สัมพันธ์กัน (Multicollinearity) พบว่า เมื่อพิจารณาจากค่า VIF ของตัวแปรอิสระ X_1 เท่ากับ 4.543 X_2 เท่ากับ 3.471 X_3 เท่ากับ 2.929 และ X_4 เท่ากับ 2.598 ซึ่งมีค่า น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐานของการ วิเคราะห์การถดถอย

3. ค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S) = .880, df. = 400, Sig. = .200 เมื่อกำหนดระดับนัย สำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า ค่าความคาดเคลื่อนต้องแจกแจง แบบโค้งปกติ (The errors are normally distributed) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การ ถดถอย

4. ค่าความคาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ย เป็น 0.000 (The mean of the errors is zero) เป็นไป ตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

5. การทดสอบใช้วิธีของ Breusch - Pagan: LM Test

$LM = n \times R^2 e^2$, χ^2 , $4-1 = 3$ เปิดตาราง Chi-Square ได้ค่าเท่ากับ 7.81

จาก $LM = n \times R^2 e^2$, $= 400 \times 0.012 = 4.80$ พบว่า น้อยกว่า 7.81 สรุปได้ว่า ค่าความคาด เคลื่อนมีความแปรปรวนคงที่ (Errors have a constant variance) เป็นไปตามสมมติฐานของการ วิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ .708 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งสี่ตัวนี้สามารถ อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 70.8 เหลืออีก 29.2 อธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แสดงว่าค่านี้ได้ ดังนี้

$$\hat{Y}_4 = .225 + .248X_1 + .131X_2 + .563X_3 + .006X_4$$

(4.112)** (2.588)* (11.435)** (.141)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t statistic

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระสามตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และมีตัวแปรอิสระหนึ่งตัวสามารถอธิบายได้ว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05

จากค่า $b_1 = .248$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า มาตรฐานด้านสถานที่ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานด้านสถานที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_2 = .131$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า มาตรฐานด้านบุคลากร มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานด้านบุคลากร เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_3 = .563$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า มาตรฐานด้านการบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานด้านการบริการ เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_4 = .006$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อความพึงพอใจ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านมาตรฐาน ทั้ง 4 ด้าน พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยมาตรฐานด้านการบริการมีความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 53 (Beta= .530) รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อมาตรฐานด้านสถานที่ ร้อยละ 23.7 (Beta= .237) ความพึงพอใจต่อมาตรฐานด้านบุคลากร ร้อยละ 13 (Beta = .130) และความพึงพอใจต่อมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ร้อยละ 0.6 (Beta = .006) ตามลำดับ

โดยสรุปปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการ ด้านมาตรฐานสถานที่ และด้านมาตรฐานบุคลากรของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ