

ISSN 1513-5462



วารสารช่อพะยอม

CHOPHAYOM JOURNAL

ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 มิถุนายน - ตุลาคม 2562
Vol.30, No.2, June - October 2019



คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บทบรรณาธิการ

วารสารช่อพะยอมฉบับที่ 2 ของปีที่ 30 เดือนมิถุนายน - ตุลาคม ด้วยความตระหนักในการพัฒนามาตรฐานวารสารวิชาการในสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ให้มีคุณภาพในฐานะสื่อกลาง การแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ ตลอดจนการส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและงานวิจัย ทำให้กองบรรณาธิการและคณะทำงานวารสารช่อพะยอม มุ่งมั่นและพัฒนาให้วารสารมีคุณภาพยิ่งขึ้น ทำให้จำนวนบทความในวารสารฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความวิจัยจำนวน 23 เรื่อง โดยมีบทความวิจัยด้านมนุษยศาสตร์ และทางด้านสังคมศาสตร์ และบทปริทัศน์หนังสือ เรื่อง เลี้ยงลูกให้เป็นดอกเตอร์ ของ “ดร.นงนภัส สุวรัญญู เทียงกมล”

บทความวิจัยในเล่มนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ งานวิจัยเชิงปริมาณ และเป็นการวิจัยและพัฒนาที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พัฒนาการวิชาชีพ หรือการพัฒนาวิถีชีวิตของมนุษย์ ตลอดจนการวิจัยพัฒนาการศึกษาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สุดท้ายนี้ ทางคณะผู้จัดทำวารสารช่อพะยอม ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการวารสารช่อพะยอมทุกท่านที่ให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพ ขอขอบพระคุณนักวิชาการทุกฝ่ายที่ให้การสนับสนุนและให้คำปรึกษาด้านการจัดทำวารสารวิชาการ ขอขอบพระคุณผู้สนับสนุนทุกท่านที่ส่งบทความมาตีพิมพ์ ตลอดจนผู้อ่านวารสารช่อพะยอมทุกท่านที่กล่าวมาถือเป็นพลังสำคัญที่ทำให้วารสารช่อพะยอมได้ก้าวขึ้นสู่ปีที่ 30 ได้อย่างมั่นคง

ผศ. ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ

บรรณาธิการ

วารสารช่อพะยอม

สาขาสังคมวิทยา สาขาศิลปศาสตร์ และสาขาศึกษาศาสตร์
ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์
สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.เมฆม สอดส่องเกษ	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภุชงค์ ขุนลิก	คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราชันย์ นิลวรรณภา	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ สาลี	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.ภาณุภา ศิริบำรุงวงศ์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันเกษม
ดร.สุเทพ บุญซื่อน	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ดร.อัฐพล อินต๊ะเสนา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.พรพิมล เมฆะราชย์	โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (ฝ่ายประถม) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.พุดพิงษ์ หงษ์ทอง	คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงระวี ดอนแก้วบัว	สาขาภาษาอังกฤษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยวัฒน์ พันธะศรี	สาขาดนตรี
Dr. Caraig J. Wheway	สาขาภาษาอังกฤษและภูมิศาสตร์

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review)

ผู้ประเมินบทความวารสารช่อพะยอม ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 พุทธศักราช 2562 (เดือนมิถุนายน - ตุลาคม)

รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ โสภาก

รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงคุณ จันทจร

รองศาสตราจารย์ ดร.ธเนศชัย สิงห์มาตย์

รองศาสตราจารย์ ดร.เมฆม สอดส่องแสง

รองศาสตราจารย์ ดร.วาริช ราศรี

รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร

รองศาสตราจารย์ ชีรชัย บุญมาธรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ขุนลิก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญชัย ขนไฟโรจน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชษฐา จักรไชย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์รัชช วรรมิตรไมตรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญชา พุฒินากุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมสงวน ปัดสาโก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรรตา ฤทธิ์สกุลชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อลงกรณ์ อรรคแสง

เภสัชกรหญิง ดร.อรนุช วงศ์วัฒนาเสถียร

ดร.กมล เสวตสมบูรณ์

ดร.ขวัญใจ กิจชาลารัตน์

ดร.นงนภัส คู่วรัญญู เทียงกมล

ดร.พยงค์ มุลวาปี

ดร.พิมพ์ลิขิต แก้วหานาม

ดร.ภาณุภา ศิริบำรุงวงศ์

ดร.สุชานาถ สิงหาปัด

ดร.อัฐพล อินตะเสนา

ดร.อำพร แสงไชยา

คณะกรรมการจัดทำวารสารช่อพะยอม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุขศิลป์ ประสงค์สุข

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญชา พุฒินากุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยานุวัฒน์ สมาธยกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงระวี ดอนแก้วบัว

ดร.พยงค์ มุลวาปี
อาจารย์ชุมแพร บุญยืน
ดร.ระพีพันธ์ ศิริสัมพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิปปีย์ ขยานุสสาสนี จันทร์ดอน
อาจารย์นุจรีย์ ใจประนบ
ดร.ดวงพร ศรีบุญเรือง
ดร.นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์
นายกิตติศักดิ์ จันบัวลา

พิธีจัญอักษร รูปแบบบทความ และการอ้างอิง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แสงระวี ตอนแก้วบัว
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญชา พุฒินากุล
ดร.นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์
ดร.พยงค์ มุลวาปี
ดร.ระพีพันธ์ ศิริสัมพันธ์
อาจารย์รัตนดา อาจวิชัย
อาจารย์วิมล เขตตะ
อาจารย์ศรีณยา อุตถากร

ข้อกำหนดเฉพาะของวารสาร

1. บทความทุกเรื่องที่ดีพิมพ์ในวารสารขอพะยอมได้ผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ประเมินอิสระ (Peer review) จำนวนอย่างน้อย 2 ท่าน ต่อบทความ ซึ่งเป็นการประเมินโดยใช้รูปแบบการกลั่นกรอง แบบ Double-blind Peer review
2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด
3. ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็น และความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับวารสารขอพะยอมแต่อย่างใด
4. กองบรรณาธิการวารสารขอพะยอมไม่สงวนสิทธิ์ การคัดลอกโดยการอ้างอิงแสดงที่มา

สารบัญ

บทความทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	หน้า
гүйหลຸ່ຍສຸ່ມ ດນຕຣີໃນວິຊີວິດຂາວໄທຍພວນ ຕຳບລາຫາດເລີ້ຍ ອຳເກອຣີສຸ່ນາລຸ່ຍ ຈັງຫວັດສຸ່ໂຫຍ້ “Gui Lui Som” Music in Thai Phuen Life in Hadsiew Sub – District, Si Satchanalai District, Sukhothai Province วุฒิสิตธี จีระกมล Wutthisit Jeerakamon	13
การพัฒนาารูปแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านของนิสิตสาขาวิชาภาษาไทย ที่เรียนในรายวิชาหนึ่งหลักสูตรหนึ่งชุมชน The Development of Learning Community Model in Developing Reading Skills of Thai Majored Students Enrolling in the One Curriculum One Community Course อัฐพล อินต๊ะเสนา Autthapon Intasena	25
แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรแบบมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาด้านสากลของเม็ก-วังเตา(ไทย-สปป. ลาว) Practical Guidelines for Improving Participatory Organization and Management: A Case Study of Chong Mek-Wangtao International Border Checkpoint (Thai-Laos PDR) วิเลียง วอลละวุด, ณรงค์ฤทธิ์ โสภา และ ชาตรี ศิริสวัสดิ์ Vileaug Vorlabouth, Narongrit Sopa and Chatree Sirisawat	37
ข้อบัญญัติท้องถิ่นต้นแบบเพื่อส่งเสริมชุมชนในการปลูกไม้ยืนต้น เพื่อลดสถานะโลกร้อน Local Regulation Prototypes for the Enhancement of Community in Growing Perennial Plants to Reduce Global Warming บุญชนะ ยี่สารพัฒน์ และ นันทพล กาญจนวัฒน์ Boonchana Yeesarapat and Nuntapol Karnjanawat	49
โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมจัดการความเครียดของนักศึกษา วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดชลบุรี A Causal Relationship Model Of Stress Management Behavior Among Students At Sirindhorn College Of Public Health, Chonburi จตุพร อาญาเมือง, นิรุติ ผึ้งผล, นงนุช นามวงษ์ และ ภควรรณ เหล่าบัวดี Jatuporn Ayamuang, Nirut Phuengphol, Nongnuch Namwong and Pakawan Laobuadee	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน: กรณีศึกษา อำเภอห้วยน้ำใหญ่ จังหวัดมุกดาหาร Thai Special Economic Zone and Economic Border: Case Study of Wan Yai District, Mukdahan Province สุจิตตรา ฤทธิสกุลชัย Suchitra Ritsakulchai	69
จิตอาสาทางสังคมของนักศึกษาวิชาทหารโรงเรียนอนุกุลนารี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 24 จังหวัดกาฬสินธุ์ Volunteer Spirit of Reserve Officer Training Cops Students (ROTCS) of Anukulnaree School, The Secondary Educational Service Area Office 24, Kalasin Province อภิญญา สาวิภาค, ทศนีย์ นาคคุณทรง และ ทัชชวัฒน์ เหล่าสุวรรณ Apinya Sawipak, Thatsanee Nakunsong and Tatchawat Laosuwan	79
วจนะมงคลในพื้นที่อีสานกับการใช้โวหารภาพพจน์ The Sacred Discourses in The Northeastern local areas with figure of speech. ชุมพร ฐุโคกกรวด, วรวรรณ ศรียาภัย และ กัลยา กุลสุวรรณ Chumporn Thukhokkruat, Worawat Sriyapai and Kanlaya Kulsuwan	89
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองความเชื่อมั่นประสิทธิภาพ การทำงานของคณะกรรมการอิสลามประจำกรุงเทพมหานคร The Second Confirmatory Element Analysis, Confidence in the Performance of the Islamic Committee of Bangkok ประเสริฐ สุขศาสน์กวิน และ ทศพร มะหะหมัด Prasert suksaskawin and Tosaporn mahamud	99
ความผูกพันต่อองค์การจากมุมมองบุคลากรทางการศึกษาเจนเอเรชั่นวาย Employee Engagement from the Perspective of Generation Y Educators ณพัชญ์ปภา สว่างนวัตกุล Naphatpapa Sawangnuwatkul	109
พฤติกรรมทางเลือกใช้สปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี Spa Choice Behavior of Thai Tourists in Koh Samui, Surat Thani Province จารีย์ พรหมณะ ชุลีวรรณ ปราณีธรรม ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์ และ นิภาพรณ จงวุฒิเวศย์ Jaree Phrommana, Chuleewan Praneetham, Prasert Sitthijirapat and Nipaporn Jongwutiwes	119

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การประเมินความคุ้มค่า ผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์และสังคมจากการจัดให้มี บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในพื้นที่ห่างไกล Economic and Social Impact of Broadband Internet Adoption in Rural Thailand ธีรุตม์ หงส์ขุนทด และ ชัยวัฒน์ อุตตมากร Theerut Hongkhunthod and Chaiwat Oottamakorn	175
การประดิษฐ์สร้างนาฏยประดิษฐ์จากคติความเชื่อเรื่องนาค ศรีทธานาคะ Choreographic Invention Naga Principle Sattha Naga ศุภรัตน์ อาฒยะพันธ์ และ ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ Sudarat Atayaphan and Pattamawadee Chansuwan	185
พัฒนาการและการประกอบสร้างขบวนแห่ปราสาทผึ้งจังหวัดสกลนคร The Development and Invention Prasartphung Parade in Sakon Nakorn Province ศุภวัฒน์ นามปัญญา และ ปัทมาวดี ชาญสุวรรณ Supawat Nampanya and Pattamawadee Chansuwan	195
การประเมินรูปแบบการให้บริการคุมกำเนิดเพื่อป้องกันการตั้งครรภ์ซ้ำในวัยรุ่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี Assessment of Birth Control Service Pattern to Prevent Repeated Teenage Pregnancies Health Promoting Hospital, The 5th Regional Health Promotion Center, Ratchaburi รัชณี ลักษิตานนท์ Ratchanee Laksitanon	205
การพัฒนาทักษะการฟังและการพูดภาษาจีนด้วยกิจกรรมการเรียนรู้แบบ 4 MAT ประกอบแบบฝึกทักษะคำศัพท์พื้นฐานภาษาจีนกลาง สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่1หลักสูตรสาขาวิชา ภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Developing Chinese listening - speaking skills of the freshmen through 4 MAT model to consist of basic Chinese vocabulary exercises who are in Chinese Program, Faculty of Humanities and Social sciences, Rajabhat Maha Sarakham University เหิง หวาง ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และ นิรุต์ ถึงนาค Heng Wang, Chomphunut Makemuengthong and Nirut Thungnak	217

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวขณะเข้าพักในโรงแรม Environmental Conservation of Tourists while Staying in Hotels ชุลีวรรณ ปราณีธรรม และ ไพฑูรย์ มนต์พานทอง Chuleewan Praneetham and Paithoon Monpanthong	229
พฤติกรรมสารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Information Behavior of Undergraduate Students at Rajabhat Mahasarakham Universities ไพบรมา เชียงราช Prama Hiangrat	241
แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม Guidelines for Potential Development in Tourism Management of Amphawa Floating Market, Amphawa District, Samut Songkhram Province ปัทมา โกเมนทร์จรัส Pattama Komenjumrus	249
บทปริทัศน์หนังสือ เลี้ยงลูกให้เป็นดอกเตอร์ นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ Nipaporn Jongwutiwes	259
คำแนะนำสำหรับผู้พิมพ์	263

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี Spa Choice Behavior of Thai Tourists in Koh Samui, Surat Thani Province

จารีย์ พรหมณะ¹, ชุฬีวรรณ ปราณีธรรม²,
ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์³ และ นิภาพรณ จงวุฒิเวศย์⁴
Jaree Phrommana¹, Chuleewan Praneetham²,
Prasert Sitthijirapat³ and Nipaporn Jongwutiwes⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับคือ 0.955 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 30 - 39 ปี ตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อการผ่อนคลายและลดความวิตกกังวล เลือกใช้บริการโดยไม่ได้วางแผนล่วงหน้า จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสปาจากลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ความสะอาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ห้องสปาควรมีกลิ่นหอม การบริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีบริการหลากหลายรูปแบบ สามารถจองล่วงหน้าได้ กำหนดราคาบริการที่ชัดเจน และมีส่วนลดสำหรับผู้เป็นสมาชิก นับเป็นจุดสำคัญสำหรับการเลือกใช้บริการสปา

คำสำคัญ : พฤติกรรม สปา นักท่องเที่ยว เกาะสมุย

¹อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

²อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

³อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁴อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ABSTRACT

The purpose of this research was to investigate the spa choice behavior of Thai tourists in Koh Samui, Surat Thani province. The sample for this research was 400 Thai tourists, collected by accidental sampling technique. The data collection tool was the closed-ended questionnaires. The reliability test of the whole questionnaire was 0.955. Frequency, percentage, mean, and standard deviation were used to analyze the data. The results revealed that most respondents were females aging 30 – 39. They made their own decision of using spa services for relaxing and anxiety reduction, without a plan in advance. The study revealed that, in term of spa selection, the tourists mostly made a decision based on physical evidence, followed by the staffing, price, service process, location or distribution channel, product, and marketing promotion respectively. Cleanliness was the highest point to influence them. The spa room should have an aroma scents. Service with integrity, variety of services, available for advance booking, clearly mark price for spa service and discount for members were also the important points for selecting spa service.

Keywords : Behavior, Spa, Tourist, Koh Samui

บทนำ

ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างมาก เนื่องจากคนไทยใส่ใจและให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ และความงามมากขึ้น จำนวนสถานประกอบการสปาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันสถานประกอบการสปา 1,436 แห่งจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมายทั่วประเทศและได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข (Chieochankitkan, 2013: 3) เดิมสปาจะพบได้ในโรงแรมระดับ 5 ดาว เท่านั้น แต่ปัจจุบันนี้บริการสปาได้แพร่กระจายไปทุกหนทุกแห่ง สปาสามารถพบได้ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ในประเทศไทย เช่น กรุงเทพฯ, พัทยา, เกาะสมุย, ภูเก็ต และเชียงใหม่ (Hirankitti et al., 2009: 2)

ปัจจุบันผู้ใช้บริการสปาเพื่อการผ่อนคลายร่างกายบรรเทาความเครียดและการจัดการสุขภาพ ซึ่งบริการสปาอาจรวมถึงบริการนวดสครับ ชัดผิว ทรีทเมนท์ ดูแลผิว ต่อต้านริ้วรอยและห้องอบไอน้ำ Klaysung

(2016: 3897) กล่าวว่า บริการสปาในประเทศไทยเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับธุรกิจบริการ ตลาดสปาในประเทศไทยมีศักยภาพในการเติบโตสูง ช่วยขยายโอกาสในการประกอบอาชีพการบริการและธุรกิจให้กับคนไทยจำนวนมาก ดังนั้นคุณภาพของสินค้าและบริการจะต้องมีมาตรฐาน เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการสปาได้ปรับปรุงมาตรฐานคุณภาพการบริการ เทคนิค และผลิตภัณฑ์ต่างๆ สำหรับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เช่น สปาที่มีน้ำมันหลากหลาย การนวดสปาในจุดต่างๆ เช่น หู ผนังศีรษะ และเท้า

ความสำเร็จของธุรกิจสปาขึ้นอยู่กับคุณภาพของบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพบริการต้องตอบสนองหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า การเข้าถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายหลักของผู้ให้บริการ (Chieochankitkan and Sukpatch, 2014: 100) การบริการที่เป็นเลิศสามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า อย่างไรก็ตาม ลูกค้ามี

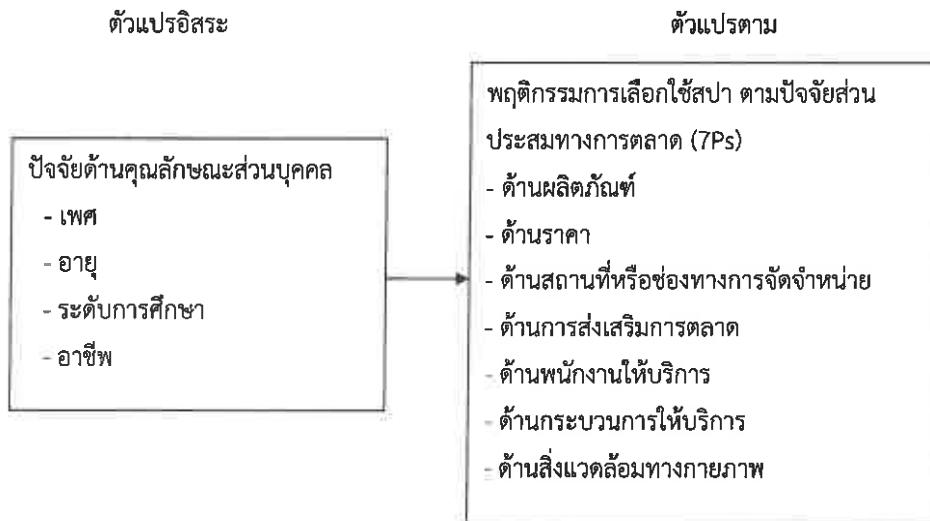
มุมมองและความต้องการที่แตกต่างกันตามผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ จากผู้ให้บริการ (Kandampully, 2002: 25) ความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับการวัดว่าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตรงตามหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมากและมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปีเนื่องจากมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีโรงแรมชั้นนำระดับโลกที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมากมายซึ่งสร้างรายได้อย่างมหาศาล เกาะสมุย มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสามารถผลักดันให้เป็นศูนย์กลางสปาได้ (Hub of spa) (สุณีย์ ล่องประเสริฐ, 2557: 128) จากการขยายตัวของสถานบริการสปาที่มี

อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป้าหมายสำคัญของผู้ให้บริการสปาส่วนใหญ่คือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจในบริการและผลิตภัณฑ์มากที่สุด ด้วยการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ผู้ให้บริการสปาบางรายประสบความสำเร็จในธุรกิจสปา ในขณะที่บางแห่งไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าวิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ข้อมูลจากการศึกษาสามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการสปาในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อให้บริการที่น่าพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 381,818 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปรียบเทียบตารางของ Krejcie & Morgan (1970: 607-610) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ตัวอย่าง 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด (Close-Ended and Open-Ended) เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับโดยวิธีการของลิเคอร์ท (Likert Scale)

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องในด้านเนื้อหาและการใช้ภาษา จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกันจำนวน 40 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย นำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) สำหรับข้อคำถามที่เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ พบว่าข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.873 - 0.955

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2561

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการแปลความระดับพฤติกรรม 5 ระดับ ได้แก่ ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00) ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20) ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61

- 3.40) ระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60) ระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80) (พิมพ์ ทิรัญกิตติ, 2552)

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน จำแนกเป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 และเพศชาย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และพบว่านักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปาอยู่ในกลุ่มอายุ 30-39 ปี มากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 สำหรับด้านการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 และอยู่ในกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้าน มากที่สุด จำนวน 171 คน รองลงมา ได้แก่ กลุ่มอาชีพเจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลเลือกใช้บริการสปาเพื่อการผ่อนคลายและลดความวิตกกังวลมากที่สุด จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาเพื่อบำรุงผิวพรรณและรักษาความงาม จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ในการใช้บริการสปาไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้ามากที่สุด จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ตัดสินใจใช้บริการสปาด้วยตัวเอง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา เพื่อนร่วมงาน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมา สมาชิกในครอบครัว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สปา ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สปาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายด้านแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.55) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.51) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.48) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.26$,

S.D. = 0.56) และด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{X} = 4.21, S.D. = 0.61) มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สปาอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ (\bar{X} = 4.10, S.D. = 0.54) และด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{X} = 3.72, S.D. = 0.69) มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สปาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
มีบริการหลากหลายรูปแบบ	4.16	0.61	มาก
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ให้บริการ	4.14	0.73	มาก
มีกลิ่นของน้ำมันนวดที่หลากหลายและเหมาะสมกับสภาพผิวของผู้ใช้บริการ	4.10	0.78	มาก
มีความเป็นมาตรฐานการให้บริการ	4.10	0.52	มาก
ร้านนวดสปา มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	4.01	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.10	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้สปาต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 เมื่อพิจารณารายข้อแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้สปาในเรื่องการมีบริการหลากหลายรูปแบบ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 รองลงมาคือ

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 มีกลิ่นของน้ำมันนวดที่หลากหลายและเหมาะสมกับสภาพผิวของผู้ใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 มีความเป็นมาตรฐานการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ร้านนวดสปา มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ค่าเฉลี่ย 4.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านราคา (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
กำหนดราคาบริการที่ชัดเจน	4.51	0.50	มากที่สุด
มีราคาค่าบริการให้เลือกหลายระดับ	4.34	0.61	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมกับการให้บริการ	4.33	0.56	มากที่สุด
มีการลดราคาให้สำหรับลูกค้าประจำ	4.27	0.76	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้	4.12	0.78	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.31	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้สปาต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 ค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐาน 0.48 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้สปาในเรื่องการกำหนดราคาบริการที่ชัดเจน มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย

4.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 รองลงมาคือ มีการลดราคาให้สำหรับลูกค้าประจำ ค่าเฉลี่ย 4.27 มีราคาค่าบริการให้เลือกหลายระดับ ค่าเฉลี่ย 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ค่าเฉลี่ย 4.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 ราคาเหมาะสมกับการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 0.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
สามารถโทรจองล่วงหน้าได้	4.41	0.67	มากที่สุด
สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ Facebook, Line, Instragram, Twitter	4.22	0.99	มากที่สุด
ชำระค่าบริการที่สะดวกและได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต Internet banking	4.17	0.66	มาก
ทำเลที่ตั้งของสปาสะดวกสบายต่อการเดินทาง	4.12	0.66	มาก
มีสถานที่จอดรถ	4.13	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาต่อปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการในเรื่อง ท่านสามารถโทรจองล่วงหน้าได้มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 รองลงมาคือสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง

เช่น ทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ Facebook, Line, Instragram, Twitter ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 ชำระค่าบริการที่สะดวกและได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต Internet banking ค่าเฉลี่ย 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 ทำเลที่ตั้งของสปาสะดวกสบายต่อการเดินทาง ค่าเฉลี่ย 4.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 มีสถานที่จอดรถ ค่าเฉลี่ย 4.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
มีส่วนลดสำหรับผู้เป็นสมาชิก	3.83	0.77	มาก
การใช้บริการสปารวมอยู่ในแพ็คเกจการ ท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล	3.77	0.94	มาก
มีการออกบูทแนะนำสินค้า	3.75	0.88	มาก
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ อย่างต่อเนื่อง	3.68	0.75	มาก
มีการอัปเดตโปรโมชั่นหลังการขายผ่าน E-mail สำหรับลูกค้า	3.56	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72	0.69	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสปาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสปาในเรื่องมีส่วนลดสำหรับผู้เป็นสมาชิก มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 รองลงมาคือการใช้บริการสปารวมอยู่ในแพ็คเกจการท่องเที่ยวในช่วง

เทศกาล ค่าเฉลี่ย 3.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 มีการออกบูทแนะนำสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 มีการอัปเดตโปรโมชั่นหลังการขายผ่าน E-mail สำหรับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ปัจจัยด้านพนักงานให้บริการ (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
พนักงานดูแลเอาใจใส่ให้คำปรึกษาที่ดี	4.41	0.65	มากที่สุด
พนักงานมีความนอบน้อมถ่อมตน			
ใช้ภาษาถ้อยคำที่สุภาพสื่อสาร	4.40	0.71	มากที่สุด
พนักงานมีความรู้และความชำนาญ	4.38	0.57	มากที่สุด
พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และมีความสะอาด	4.33	0.70	มากที่สุด
พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	4.16	0.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการในเรื่องพนักงานดูแลเอาใจใส่ให้คำปรึกษาที่ดี ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 รองลงมาคือ พนักงานมีความรอบน้อมถ่อมตน

ใช้ภาษาถ้อยคำที่สุภาพสื่อสาร ค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 พนักงานมีความรู้และความชำนาญ ค่าเฉลี่ย 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย และมีความสะอาด ค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 พนักงานสามารถสื่อสารได้หลายภาษา ค่าเฉลี่ย 4.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
บริการด้วยความซื่อสัตย์	4.49	0.63	มากที่สุด
เอาใจใส่กับทุกความต้องการของท่าน	4.37	0.70	มากที่สุด
ให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน	4.34	0.76	มากที่สุด
มีการประเมินผลการให้บริการ	4.27	0.75	มากที่สุด
มีการรอกประวัติ และบอกความต้องการ ของลูกค้า	3.84	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการในเรื่องบริการด้วยความซื่อสัตย์ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือ เอาใจใส่กับ

ทุกความต้องการของท่าน ค่าเฉลี่ย 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 ให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน ค่าเฉลี่ย 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 มีการประเมินผลการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 มีการรอกประวัติ และบอกความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (n=400)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ห้องบริการสปาสะอาด	4.56	0.58	มากที่สุด
ห้องบริการสปาที่มีกลิ่นหอม	4.52	0.65	มากที่สุด
ห้องบริการสปาสวยงาม	4.46	0.66	มากที่สุด
มีเครื่องตีที่เป็นเอกลักษณ์ของสปาบริการ	4.43	0.81	มากที่สุด
แบ่งส่วนความเป็นส่วนตัวของห้องนวด ได้ชัดเจน	4.40	0.70	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.48	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสปาต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสปาในเรื่อง ห้องบริการสปาสะอาด มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 รองลงมาคือ ห้องบริการสปาที่มีกลิ่นหอม ค่าเฉลี่ย 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ห้องบริการสปาสวยงาม ค่าเฉลี่ย 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 มีเครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ของสปาบริการ ค่าเฉลี่ย 4.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 แบ่งส่วนความเป็นส่วนตัวของห้องนวด ได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 ตามลำดับ

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผ่อนคลายและลดความวิตกกังวล ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรทัย จันทโรและคณะ (2559: 195) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสปา เพื่อผ่อนคลายความเครียด มีอายุระหว่าง 31 - 35 ปี การศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี เลือกใช้บริการสปาด้วยตนเอง และสอดคล้องกับ Klaysung (2016: 3900) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปาส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุนี้อยู่ในวัยทำงานและอาจเกิดความตึงเครียดจากการทำงาน กิจกรรมสปาจึงสามารถสร้างความผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงานได้เป็นอย่างดี

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่

หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ละอองทราย โกมลมาลย์กา (2556: 62) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก แตกต่างจากผลการศึกษาของอรทัย จันทโรและคณะ (2559: 195) ที่พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านบุคลากรมีความสำคัญต่อพฤติกรรมเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อยทุกด้าน

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับห้องบริการสปาที่ต้องสะอาดและควรมีกลิ่นหอม ดังนั้น ผู้ประกอบการสปาในเกาะสมุยจึงควรให้ความสำคัญกับบรรยากาศและการตกแต่งห้องสปาเพื่อที่จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจกับการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง นอกจากนี้แล้วการบริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การบริการที่มีหลากหลายรูปแบบ สามารถจองล่วงหน้าได้ มีการกำหนดราคาบริการที่ชัดเจน และการมีส่วนลดสำหรับผู้เป็นสมาชิกมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วย Hirankitti et al. (2009: 16) กล่าวว่า ลูกค้ามักตัดสินใจคุณภาพของการบริการที่พวกเขาได้รับจากการประเมินของคนที่ได้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chieochankitkan & Sukpatch (2014: 71) ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการบริการที่ตอบสนองความต้องการของพวกเขา ซึ่งรวมไปถึงบริการสปาที่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป รูปแบบการบริการที่มีให้เลือก ความสะดวกสบาย สิทธิประโยชน์พิเศษที่ได้รับ และระยะเวลาที่ต้องรอในการรับบริการ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2560 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด) (Domestic Tourism Statistics Q1-Q4 (Classify by region and province)) [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2561, จาก : https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=504&filename=index.
- พิมพ์ ทิรัญกิตติ. (2552). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ละอองทราย โกมลมาลย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการสปาในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุณีย์ ล่องประเสริฐ. (2557). การพัฒนามาตรฐานธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารวิทยาการจัดการ, 1(1), 125-141.
- อรทัย จันทโร, สุณีย์ ล่องประเสริฐ และ นันทวรรณ ช่างคิด. (2559). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 3(1), 185-205.
- Chieochankitkan, A. (2013). *Developing Service Quality for Spa Establishments in the Active Beach Tourism Cluster, Thailand*. Dissertation of the Degree of Doctor of Philosophy in Integrated Tourism Management. National Institute of Development Administration.
- Chieochankitkan, A. & Sukpatch, K. (2014). The Customers' Perception of Service Quality for Spa Establishments in the Active Beach Tourism Cluster, Thailand. *Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts*, 14(3), 53-75.
- Hirankitti, P., Mechinda, P. & Manjing, S. (2009). Marketing Strategies of Thai Spa Operators in Bangkok Metropolitan. *Proceeding of the International Conference on Applied Business Research ICABR*.
- Kandampully, J. (2002). Innovation as the Core Competency of a Service Organization: the Role of Technology, Knowledge and Networks. *European Journal of Innovation Management*, 5(1), 18-26.

- Klaysiaung, C. (2016). Behaviors and Factors Affecting the Selection of Spa Services among Consumers in Amphawa, Samut Songkhram, Thailand. *International Journal of Social and Business Sciences, International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 10(12), 3897-3901.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.