

วิทยานิพนธ์เรื่อง	ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้า ในธุรกิจสปาขนาดกลางและขนาดเล็กของไทย
คำสำคัญ	ประสบการณ์ลูกค้า/ บริการหลัก/ บรรยากาศในการบริการ/ พฤติกรรมของบุคลากร/ พฤติกรรมของลูกค้า
นักศึกษา	ณัฐวงศ์ ชาวเวียง
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต อู่อัน
หลักสูตร	บริหารธุรกิจดุขฎีบัณฑิต กลุ่มวิชาการตลาด
คณะ	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2560

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ลูกค้า (2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้า (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ลูกค้าที่มีต่อพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยกำหนดประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถานบริการสปาขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม รวมไปถึงทบทวนวรรณกรรมจากชาวตะวันตก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์สร้างเครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามและทำการตรวจแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นสถานบริการสปาในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งตามเขตปกครอง จำนวน 50 เขต และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามระหว่าง เดือน เมษายน 2558 ถึง ตุลาคม 2558 จำนวน 400 ฉบับ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยเหตุด้านบริการหลัก บรรยากาศในการบริการ และพฤติกรรมของบุคลากร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสบการณ์ลูกค้า ปัจจัยเหตุ บริการหลัก บรรยากาศในการบริการ และพฤติกรรมของบุคลากร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมของลูกค้า นอกจากนี้ ประสบการณ์ลูกค้า ยังมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมของลูกค้า

<b>TITLE</b>	CAUSAL FACTORS INFLUENCING CUSTOMER BEHAVIOR OF THAI SPA SMEs
<b>KEYWORD</b>	CUSTOMER EXPERIENCE/ CORESERVICE/ SERVICESCAP/ EMPLOYEE BEHAVIOR/ CUSTOMER BEHAVIOR
<b>STUDENT</b>	NUTTAWONG CHAOWIANG
<b>ADVISOR</b>	ASIST. PROF. VICHIT U-ON DR.
<b>LEVEL OF STUDY</b>	DOCTOR OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM IN MARKETING
<b>FACULTY</b>	GRADUATE COLLEGE OF MANAGEMENT SRIPATUM UNIVERSITY
<b>ACADEMIC YEAR</b>	2017

### **ABSTRACT**

The research aims to (1) Study the causal factor influencing customer experience (2) Study the causal factor influencing customer behavior (3) Study the influencing customer experience to customer behavior. The researcher determined population in this research is SME spa service provider with interview, focus group include literature review to be synthesized as a research tool and questionnaire survey by the expert. Then the researcher selected spa in Bangkok Metropolis 50 subdivisions are answer from respondents to indication quality service provider. The researcher collected data by questionnaire between April to October 2015 and were used in the research consisted 400 samplings. The data were analyzed by Structural Equation Modeling (SEM)

The result show that the coreservice, servicescap and employee behavior have direct effect to customer experience The coreservice, servicescap and employee behavior have direct effect to customer behavior. Moreover customer experience has direct effect to customer behavior.