



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 33 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560

ตามที่คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ขึ้น ในวันที่ 29 มิถุนายน 2560 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีคุณภาพ ทางวิชาการ และมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการตั้งตำแหน่งและรายนาม ดังต่อไปนี้

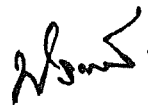
1	รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	ประธานกรรมการ
2	รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	กรรมการ
3	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
4	รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	กรรมการ
5	รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ชาติานิติ	กรรมการ
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	กรรมการ
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล	กรรมการ
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ชื้อภักดี	กรรมการ
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุฒจรรยา	กรรมการ
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร	กรรมการ
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ	กรรมการ
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์	กรรมการ
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง	กรรมการ
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	กรรมการ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ศิริพิศ	กรรมการ
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิยา บังเมฆ	กรรมการ

18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	กรรมการ
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิภา พจน์วาที	กรรมการ
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	กรรมการ
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์	กรรมการ
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	กรรมการ
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวดา	กรรมการ
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล	กรรมการ
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล	กรรมการ
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตศักดิ์ พุดจระ	กรรมการ
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร	กรรมการ
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนภุต สังข์เฉย	กรรมการ
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณนันทน์ หอมสุต	กรรมการ
31	ร้อยตำรวจเอก ดร.วิเชียร ตันศิริคงคล	กรรมการ
32	อาจารย์ ดร. ปิยะพงษ์ จันทร์ใหม่มูล	กรรมการ
33	อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต	กรรมการ
34	อาจารย์ ดร.เมษธาวิณ พลโยธี	กรรมการ
35	อาจารย์ ดร.โอชัญญา บัวธรรม	กรรมการ
36	อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา	กรรมการ
37	อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต	กรรมการ
38	อาจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	กรรมการ
39	อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครคะวณิชชา	กรรมการ
40	อาจารย์ ดร.ณัฐนา ลีพหรัตนรักษ์	กรรมการ
41	อาจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	กรรมการ
42	อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล	กรรมการ
43	อาจารย์ ดร.นฤมล อรุโณทัย	กรรมการ
44	อาจารย์ ดร.ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ	กรรมการ
45	อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนันท	กรรมการ
46	อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์	กรรมการ
47	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
48	อาจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	กรรมการ
49	อาจารย์ ดร.พลอย สุดอ่อน	กรรมการ
50	อาจารย์ ดร.ภพ สวัสดิ์	กรรมการ
51	อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์	กรรมการ
52	อาจารย์ ดร.ภาสนันท์ อัครวัักษ์	กรรมการ

53	อาจารย์ ดร.รักษนก โสภาศิต	กรรมการ
54	อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ชนะกุล	กรรมการ
55	อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์	กรรมการ
56	อาจารย์ ดร.ศิระ ศรีโยธิน	กรรมการ
57	อาจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล	กรรมการ
58	อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดิ์	กรรมการ
59	อาจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์	กรรมการ
60	อาจารย์ ดร.อรรถพงษ์ พิระเชื้อ	กรรมการ
61	อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	กรรมการ
62	อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ	กรรมการ
63	อาจารย์ ดร.อุทัย ปริญญาสุทธินันท์	กรรมการ
64	อาจารย์รชกร วชิรสิโรตม	เลขานุการ
65	นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2560



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 47 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 (เพิ่มเติม)

ตามคำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ 33/2560 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการ
ฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ไปแล้วนั้น และเพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการ เป็นไปด้วยความ
เรียบร้อย มีคุณภาพทางวิชาการและมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
(เพิ่มเติม) จำนวน 8 ราย ดังนี้

- | | | |
|---|---------------------------------------|---------|
| 1 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ | กรรมการ |
| 2 | อาจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ | กรรมการ |
| 3 | อาจารย์ ดร.ฐิติมา เวชพงศ์ | กรรมการ |
| 4 | อาจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล | กรรมการ |
| 5 | อาจารย์ ดร.พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น | กรรมการ |
| 6 | อาจารย์ ดร.ระบิล พันภัย | กรรมการ |
| 7 | อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์ | กรรมการ |
| 8 | อาจารย์ ดร.วิไลวรรณ สิริโรจนพุดิ | กรรมการ |

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๒๗ พฤษภาคม พ.ศ. 2560

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

อิทธิพลของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปา
ของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

THE INFLUENCES OF IMAGE WHICH AFFECTED PERCEPTION AND DECISION TO USE SPA
BUSINESS SERVICES OF TOURIST IN HUAHIN PHACHUPKIRIKHAN

จิตพนธ์ ชุมเกต¹ ชานนท์ บำรุงสุข² และ อิทธิพัทธ์ เทพพิทักษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อสร้างสมการพยากรณ์โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการของธุรกิจสปาในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ และใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยคือ ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน (X1) ภาพลักษณ์ด้านการบริการ (X2) ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมและสถานที่ตั้ง (X3) ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ (X4) ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพหลังการบริการ(X5) ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์(Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสมการพยากรณ์ คือ $Y = 0.232 + (0.377) X1 + (0.94) X2 + (0.175) X3 + (0.157) X4 + (0.244) X5$

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, ธุรกิจสปา

Abstract

The objective of this research was to study the Influences of image which affected perception and decision to use spa business services of tourist in huahin phachupkirikhan. To predict how quantitative research. The samples of tourists 400 people who ever use service of spa business in huahin phachupkirikhan. The questionnaire was used in this research. The sampling quota (Quota Sampling). Analyzed by using regression analysis multiple (Multiple Regression Analysis) The result shows that context employee image (X1) service image (X2) Environment and location image (X3) reliability image (X4) After-sales service image (X5) effect on perception and decision to use spa business services of tourist in huahin phachupkirikhan (Y) at significance level 0.05 and equation is $Y = 0.232 + (0.377) X1 + (0.94) X2 + (0.175) X3 + (0.157) X4 + (0.244) X5$

Keywords: Image, Spa Business

¹ อาจารย์ ดร. ประจักษ์วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นในช่วงที่ผ่านมาถือว่าเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนประเทศได้เป็นอย่างดีแม้ว่าที่ผ่านมาเศรษฐกิจทั่วโลกจะประสบภาวะชะลอตัวแต่ก็ไม่ทำให้ภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นหยุดการเติบโตไปได้โดยจากข้อมูลในไตรมาสที่ 2/2559 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นเรื่อย ๆ แม้อยู่ในนอกฤดูกาลการท่องเที่ยว โดยได้รับอานิสงส์มาจากการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางที่สะดวกรวดเร็วและราคา ซึ่งทั้งนี้แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ แต่ผลจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกทำให้นักท่องเที่ยวลดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลง (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

จากการสังเกตประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนมากมักมีภาคบริการเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ซึ่งแตกต่างจากประเทศไทยที่ภาคบริการนั้นยังคงเป็นเพียงแค่เครื่องยนต์สำรองและในปัจจุบันก็ยังไม่สามารถยกระดับภาคบริการให้เป็นแรงขับเคลื่อนหลักของประเทศได้ โดยสังเกตได้จากตัวเลขอัตราการจ้างงานของภาคบริการประเทศไทยนั้นมีปริมาณที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ แต่กลับให้ผลผลิตในอัตราการเจริญเติบโตที่ต่ำเมื่อเทียบกับตัวเลขการจ้างงานนั้นแสดงให้เห็นว่าแรงงานของประเทศไทยนั้นไม่สามารถสร้างผลผลิตที่มีประสิทธิภาพพอที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยได้อย่างเพียงพอ แต่ที่น่าก็เป็นโอกาสให้แก่ประเทศไทยโดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้เพราะแสดงให้เห็นว่าภาคบริการยังไม่ถึงทางตันและยังสามารถเติบโตได้อีกมาก หากเราสามารถยกระดับหรือผสมผสานภาคอื่น ๆ เข้ากับการท่องเที่ยวได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2558)

สปา นั้นมาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Sanus Per Acqua หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ หรือการใช้น้ำ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการบำรุงรักษาสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำแร่ แช่น้ำนม การอบไอน้ำ หรือการดื่มน้ำแร่ สำหรับการใช้น้ำบำบัดและผ่อนคลายนั้นมีมาแต่สมัยโบราณแล้ว ชาวกรีกโบราณนิยมการอาบน้ำแช่น้ำ โดยมีการสร้างอ่างเก็บน้ำและท่อส่งมายังอ่างอาบน้ำตั้งแต่ 500 ปีก่อนคริสตกาลแล้ว โดยกระแสการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันนั้น ส่งผลให้ธุรกิจสปานั้นได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบันมีผู้เข้ามาประกอบการธุรกิจนี้เป็นอย่างมากและมีการเปิดเป็นสปา รีสอร์ท รวมทั้งยังมีการนำ สปา เข้าไปรวมกับกิจกรรมอื่น ๆ มากมาย โดยปัจจุบันสามารถแบ่งสปาสออกเป็น 7 ชนิดตามคำนิยามของ The International Spa Association (ISPA- พ.ศ. 2538) ได้แก่ 1.) Club Spa 2.) Day Spa 3.) Hotel & Resort Spa 4.) Cruise Ship Spa 5.) Mineral Spring Spa 6.) Destination Spa 7.) Medical Spa ซึ่งรูปแบบและการบริการของสปานั้นยังมีให้เลือกอีกหลากหลายวิธี อาทิ การนวดร่างกาย การอบขาวน่า อบสมุนไพร สดริบ วารีบำบัด สมุนไพรบำบัด ฯ (สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2554)

ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพกำลังมาแรง เมืองไทยจึงมีการสร้างสถานบริการสปามากมาย โรงแรมที่พัก ในแหล่งท่องเที่ยวก็มีการเปิดเป็นสปา รีสอร์ท ทักันจำนวนมาก ทำให้เมืองไทยติดอันดับเมืองท่องเที่ยวระดับโลกที่มีชื่อเสียงในเรื่องสปา ทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบที่ลงตัวสอดคล้องกัน ทั้งความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวภูมิปัญญาชาวบ้านเกี่ยวกับศาสตร์การแพทย์แผนไทย สมุนไพรที่มีหลากหลาย การนวดแผนโบราณ การทำสมาธิ อาหารไทย รวมทั้งการบริการของคนไทยที่เปี่ยมไปด้วยรอยยิ้มมิตรไมตรี ซึ่งเมื่อนำมาผสมผสานกับการทำสปาแบบสากล ทำให้สปาเมืองไทยเป็นที่ยอมรับและได้รับคำชื่นชมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือแม้แต่ชาวไทยเอง (Spayour, 2553)

จากแนวโน้มการเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นนั้นส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีรายได้เข้ามา มากยิ่งขึ้นซึ่งแม้ในช่วงที่เป็นนอกฤดูกาลท่องเที่ยวก็ยังไม่ทำให้การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวลดลงแต่อย่างใด ทั้งนี้การเข้ามาของกระแสการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่มีผลกระทบเชิงบวกกับธุรกิจในการท่องเที่ยวจึงยังเป็น

แรงส่งให้การท่องเที่ยวของไทยเติบโตขึ้น โดยเมื่อดูที่ภาคการบริการแล้วพบว่าแม้การเจริญเติบโตในภาคของการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นก็จริงแต่ผลผลิตที่ได้กลับมานั้นยังถือว่าไม่มากตามที่ควรจะเป็น ซึ่งนี่อาจเป็นโอกาสในการแก้ไขจุดบกพร่องในภาคบริการของประเทศไทยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างผลผลิตได้มากยิ่งขึ้น และเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยสนใจในธุรกิจสปาซึ่งเป็นธุรกิจที่อยู่ในกระแสความนิยมและอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษาอิทธิพลด้านภาพลักษณ์และรูปแบบการให้บริการที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจใช้ธุรกิจสปาของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจและแก้ไขข้อผิดพลาดของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว

สมมติฐาน

อิทธิพลของภาพลักษณ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปาในเขต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านพื้นที่ ธุรกิจสปาในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านเวลาเริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2560

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ประชากรเพศชาย และเพศหญิง ที่เคยใช้บริการสปา ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณตัวอย่างในระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพื่อเป็นการป้องกันการผิดพลาดของแบบสอบถามจึงได้ทำการเก็บขนาดตัวอย่างเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาวิจัย ทั้งหมด จำนวน 400 คน

ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling technique) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากรเนื่องจากหากทำการเก็บข้อมูลกับประชากรทั้งหมด จะทำให้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลนานมากเกินไป มีค่าใช้จ่ายในที่สูงมาก และผู้วิจัยไม่มีทรัพยากรด้านต่าง ๆ มากพอที่จะเก็บข้อมูลจาก

ประชากรทั้งหมดได้ นอกจากนี้การเก็บข้อมูลมาได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีความทันสมัยตรงตามความเป็นจริงในปัจจุบัน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นจำนวน 9 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ประสบการณ์ในการใช้บริการสปา ความถี่ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อม สถานที่ตั้ง ภาพลักษณ์ในการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพการหลังการบริการ โดยใช้การวัดข้อมูลในรูปแบบ อันตรภาค (Interval Scale) รูปแบบคำถามใช่ (Likert Scale) โดยกำหนดคะแนนของตัวเลือกในแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ (ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2543)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการตัดสินใจใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 14 ข้อ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกข้อที่ตรงกับความเห็นด้วยมากที่สุดโดยกำหนดคะแนนของตัวเลือกในแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ และแปรผลตาม (Likert Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามในแต่ละข้อ และจำนวนแบบสอบถามซึ่งนำมาทำการดำเนินการประมวลผลข้อมูล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS)

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเพื่ออธิบายถึงลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน หรือสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง 270 คน (ร้อยละ 67.5) อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 44) มีสถานภาพ โสด (ร้อยละ 64.5) มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี (ร้อยละ 82) มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 45) ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน (ร้อยละ 31) มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 75.5) เคยใช้จ่ายในการใช้บริการสปาประเภทการนวดร่างกาย (ร้อยละ 43.5)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการวิเคราะห์พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับ มาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน (Mean =3.80, SD = 0.65918) โดยในด้านนี้ผู้บริโภครู้สึกดีเกี่ยวกับการใส่ใจในการบริการของพนักงาน ในระดับ มาก (ร้อยละ 43.7) ภาพลักษณ์ด้านการบริการ (Mean = 3.8606, SD = 0.62261) ในด้านนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากเกี่ยวกับการบริการที่รวดเร็ว (ร้อยละ 40.2) และ ความเชี่ยวชาญในการบริการ (ร้อยละ 46) ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมและสถานที่ตั้ง (Mean =3.8619, SD = 0.71885) ในด้านนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากแก่สถานบริการตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เดินทางสะดวก มีป้ายชื่อร้านชัดเจน (ร้อยละ 40.2) และมีบรรยากาศในร้านที่สวยงาม (ร้อยละ 37.9) ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ (Mean =3.80, SD = 0.69301) ในด้านนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องของความชำนาญในการบริการหรือการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ (ร้อยละ 36.8) ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพหลังการบริการ (Mean =3.7437, SD = 0.65127) โดยในด้านนี้ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากแก่การรับประกันผลที่เกิดขึ้น (ร้อยละ 33.3) และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการบริการใหม่ๆแก่ลูกค้า (ร้อยละ 34.5)

ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

แหล่งความแปรปรวน	N	Mean	Std. Deviation
ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน	400	3.8000	.65918
ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	400	3.8606	.62261
ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมและสถานที่ตั้ง	400	3.8619	.71885
ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ	400	3.8000	.69301
ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพหลังการบริการ	400	3.7437	.65127

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการวิเคราะห์พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ในระดับ มาก คือ การตัดสินใจใช้บริการสปา (Mean =3.8252, SD = 0.60249)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

	N	Mean	Std. Deviation
การตัดสินใจใช้บริการสปา	400	3.8252	.60249

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	129.911	5	25.982	685.963	.000 ^a
ส่วนที่เหลือ (Residual)	14.924	394	.038		
Total	144.835	399			

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 ภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากทั้งหมด 5 ด้าน เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเมื่อใช้ภาพของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นหลายตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		.232	.065		3.556	.000
ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน	X ₁	.345	.048	.377	7.116	.000
ภาพลักษณ์ด้านการบริการ	X ₂	.091	.029	.094	3.112	.002
ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมและสถานที่ตั้ง	X ₃	.147	.036	.175	4.066	.000
ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ	X ₄	.137	.030	.157	4.618	.000
ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพหลังการบริการ	X ₅	.225	.021	.244	10.612	.000

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 3 พบว่าภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีผลต่อภาพลักษณ์ทั้ง 5 ด้าน และจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณสามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้ง 5 ด้านดังนี้

$$Y = 0.232 + (0.377) X_1 + (0.094) X_2 + (0.175) X_3 + (0.157) X_4 + (0.244) X_5$$

เมื่อ Y แทนภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

X₁ =ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน

X₂=ภาพลักษณ์ด้านการบริการ

X₃=ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมและสถานที่ตั้ง

X₄=ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ

X₅=ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพหลังการบริการ

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่าภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับภาพลักษณ์ด้านพนักงาน ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมและสถานที่ตั้ง ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ และภาพลักษณ์ด้านคุณภาพหลังการบริการ ทำให้ภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวส่งผลไปทางบวกกับภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน : อิทธิพลของภาพลักษณ์ธุรกิจสปาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ธุรกิจสปาของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐาน : ยอมรับสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาอิทธิพลภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าภาพลักษณ์การให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทุกด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน ภาพลักษณ์ด้านการบริการ ภาพลักษณ์ของสภาพแวดล้อมและสถานที่ตั้ง ภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ และภาพลักษณ์ด้านคุณภาพหลังการบริการ

ภาพลักษณ์ด้านพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จริญญาพร หาญพยัคฆ์ (2554) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการใช้บริการร้านค้า บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้บริการที่พนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ละอองทราย โกมลมาลย์ (2556) ซึ่งศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการสปาในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านบรรยากาศเป็นสิ่งกระตุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากปัจจัยบรรยากาศเป็นสิ่งกระตุ้น และเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าจะรับรู้และสัมผัสตั้งแต่เข้าไปในร้านสปา หากบรรยากาศโดยรวมดีจะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจในการใช้บริการ ดังเช่นที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่าไว้ว่าบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดีของสถานที่นั้นจะทำให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ ผู้ประกอบการ สปาควรให้ความสำคัญแก่ทำเล ที่ตั้ง และความสะอาดสบายในการเข้าถึง เช่น การเปิดบริการในแหล่งชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีการเดินทางสะดวก เพื่ออำนวยความสะดวกมาใช้บริการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรใส่ใจกับสถานที่ในการประกอบธุรกิจและเครื่องมือเครื่องใช้รวมถึง พนักงานเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือให้มากที่สุด เพราะสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมาก
2. ผู้ประกอบการสปาควรมีชื่อร้านและป้ายหน้าร้านชัดเจน รวมทั้งใส่ใจกับการตกแต่งภายในสถานที่ให้มีบรรยากาศที่ดี ทั้ง แสง สี เสียง อากาศ อุณหภูมิ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเห็นและนำมาประกอบการตัดสินใจใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ศึกษาควรเปลี่ยนพื้นที่ในการศึกษาเพื่อศึกษาว่าสถานที่ต่างกันนั้นจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ต่างกันหรือไม่
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ศึกษาอาจแบ่งแยกนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวในประเทศ หรือความแตกต่างด้านภูมิภาคของที่ตั้งสถานบริการสปาว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหรือไม่

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2558). ภาคบริการ...แรงขับเคลื่อนใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทย?. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634356>
- กลุ่มงานวิจัยและประเมินผลกองยุทธศาสตร์บริหารจัดการสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2556). สถิติกรุงเทพมหานคร. ความสำคัญและปัจจัยในการเลือกบรรจุภัณฑ์. (03 กันยายน 2554). สืบค้นจาก <http://www.packagingbenny.siam.im/unittwo.html?ckattempt=3>
- จริญาพร หาญพยัคฆ์. (2554). ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการใช้บริการร้านค้า บริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหอการค้า.
- ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์. (2543). สถิติพื้นฐานพร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Minitab SPSS และ SAS. ขอนแก่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- Spayour. (2553). ประวัติความเป็นมาของ Spa. สืบค้นจาก <http://www.spayour.wordpress.com/ประวัติความเป็นมาของspa>
- ละอองทราย โกมลมาลย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการสปา ในเขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สัมคศิสาร (ดอกหญ้า).
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2559. สืบค้นจาก http://www.thailandtourismcouncil.org/imgadmins/confidence_file/TCT_confidence_file_th_2016-06-24_10-45-45.pdf
- สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.(2554). เอกสารความรู้ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ. สืบค้นจาก <http://www.thaispaassociation.com/uploads/file/Spa-Knowledge.pdf>