

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โอเอซิสสปาในจังหวัดเชียงใหม่
 ผู้เขียน นางสาวมนัสชนก ขอดวุฒิ
 ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตรการเมือง)
 คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.พทยรัตน์ ภาสกรณ์พัฒน์กุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
 รองศาสตราจารย์ ดร.โกสุเมภ์ สายจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โอเอซิสสปา จังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งความเป็นไปได้ในการกำหนดมาตรฐานการจัดการธุรกิจสปา

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมข้อมูลของนักเรียนผู้ที่เข้ามาใช้บริการ โอเอซิส สปา จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) และค่าความเป็นอิสระ (Chi - square)

ผลการศึกษา พบว่า ข้อมูลของผู้ที่เข้ามาใช้บริการนั้นในเรื่องช่วงอายุมีผลมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการ โอเอซิส สปา รองลงมา คือ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน สำหรับปัจจัยทางการตลาดในทุกลักษณะนั้น แสดงให้เห็นได้แล้วว่าบริการในเรื่องใดของแต่ละด้านที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด ทั้งนี้เองผลการวิเคราะห์ในส่วนสุดท้ายทำให้ทราบทัศนคติของผู้ที่ใช้บริการว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้าน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร สำหรับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โอเอซิส สปา จังหวัดเชียงใหม่ในระดับที่มาก คือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้าง นำเสนอลักษณะทางกายภาพ

Independent Study Title Factors Affecting the Choice of Oasis Spa Service in
Chiang Mai Province

Author Ms. Manatchanok Yodwut

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Dr. Pathairat Pastpipatkul Advisor

Associate Professor Dr. Kosum Saichan Co-advisor

ABSTRACT

This Independent Study had the objectives of studying the factors affecting the choice of Oasis Spa Services in Chiang Mai Province along with the level of significance of the factors and the possibility of setting up a standard for management of the spa industry.

The tools used for data collection were questionnaires distributed to 150 students who came to use the services at Oasis Spa in Chiang Mai Province and the statistical analysis used involved frequency, percentage as well as Chi-square.

The findings were that the personal data related to the customers of Oasis Spa that were most significant were their age followed by their average monthly income. The market factors of every kind indicated which types of services affected the choice of service the most. Results of the analysis showed the attitude of the services of users, that the market factors that affected their choice of services the most were those related to product, price and personnel. The significance of the factors affecting the customers' choice of services at Oasis Spa in Chiang Mai Province at a high lever were factors related to distribution channel, factors concerning market promotion and factors related to physical construction and presentation.