

บทที่ 4 ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 131 ตัวอย่าง ที่ได้เคยใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในจังหวัดเชียงใหม่มาแล้ว ด้วยการให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งจะแสดงถึง เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ดอลลาร์สหรัฐ) และการศึกษา ซึ่งจะใช้วิธีการศึกษาด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การบรรยายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดงความถี่ร้อยละ ซึ่งผลของการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจจำนวน 131 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เป็นเพศชายจำนวน 57 คน (ร้อยละ 43.5) และที่เป็นเพศหญิงจำนวน 74 คน (ร้อยละ 56.5)

ตาราง 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	57	43.5
หญิง	74	56.5
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.2 อายุ

จากตาราง 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจจำนวน 131 คน มีอายุระหว่าง 46-55 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 37 คน (ร้อยละ 28.3) รองลงมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 36 คน (ร้อยละ 27.5) และอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 32 คน (ร้อยละ 24.4) ส่วนที่อายุไม่เกิน 25 ปี มีจำนวน 16 คน (ร้อยละ 12.2) และที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 10 คน (ร้อยละ 7.6)

ตาราง 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 25	16	12.2
26- 35	36	27.5
36 - 45	32	24.4
46 - 55	37	28.3
มากกว่า 56	10	7.6
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.3 สถานภาพ

จากตาราง 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 76 คน (ร้อยละ 58) รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 45 คน (ร้อยละ 34.4) แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 4.6) และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 3)

ตาราง 4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	45	34.4
สมรส	76	58
หย่าร้าง	4	3
แยกกันอยู่	6	4.6
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.4 อาชีพ

จากตาราง 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน ลูกจ้าง จำนวน 44 คน (ร้อยละ 33.6) รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 16.8) ส่วนข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการบำนาญ มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ จำนวน 19 คน (ร้อยละ 14.5) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ประกอบอาชีพอื่น เช่น ทยายความ พยาบาล แม่บ้าน มีจำนวน 13 คน (ร้อยละ 9.9) นักเรียน นักศึกษา จำนวน 9 คน (ร้อยละ 6.9) และอันดับสุดท้าย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ประกอบอาชีพครู อาจารย์ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 3.8)

All rights reserved

ตาราง 4.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัด
เชียงใหม่

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงาน / ลูกจ้าง	44	33.6
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	14.5
เจ้าของกิจการ	22	16.8
นักเรียน / นักศึกษา	9	6.9
ข้าราชการบำนาญ	19	14.5
ครู / อาจารย์	5	3.8
อื่น ๆ	13	9.9
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.5 ภูมิสำเนา

จากตาราง 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่มีภูมิสำเนาอยู่ในเอเชีย จำนวน 65 คน (ร้อยละ 49.6) ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจากประเทศอินเดีย สิงคโปร์ ไทย ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ฮองกง ไต้หวัน และมาเลเซีย รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีภูมิสำเนาอยู่ในยุโรป จำนวน 39 คน (ร้อยละ 29.8) ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเบลเยียม ฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมนี ฮอลแลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ สเปน และสกอตแลนด์ ส่วนกลุ่มที่มีภูมิสำเนาอยู่อเมริกา มีจำนวน 25 คน (ร้อยละ 19.1) โดยมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเวเนซุเอล่า และอันดับสุดท้าย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาจากโอเชียเนีย จำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.5) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศออสเตรเลีย

ตาราง 4.5 ภูมิฐานะของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัด เชียงใหม่

ภูมิฐานะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอเชีย	65	49.6
ยุโรป	39	29.8
อเมริกา	25	19.1
โอเชียเนีย	2	1.5
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากตาราง 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงไม่เกิน 2,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 29) รองลงมา คือ มีรายได้ 3,501-4,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 33 คน (ร้อยละ 25.2) ส่วนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 2,501-3,500 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวน 29 คน (ร้อยละ 22.1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 4,501-5,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 21 คน (ร้อยละ 16) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,501 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 10 คน (ร้อยละ 7.6)

ตาราง 4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ใน จังหวัดเชียงใหม่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ดอลลาร์สหรัฐ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,500	38	29
2,501 – 3,500	29	22.1
3,501 – 4,500	33	25.2
4,501 – 5,500	21	16
มากกว่า 5,501	10	7.6
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.7 ระดับการศึกษา

จากตาราง 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 94 คน (ร้อยละ 71.8) รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 29 คน (ร้อยละ 22.1) และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 6.1)

ตาราง 4.7 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	6.1
ปริญญาตรี	94	71.8
ปริญญาโท / สูงกว่าปริญญาโท	29	22.1
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการสปา ได้แก่ ลักษณะการให้บริการสปา ความถี่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สาเหตุของการใช้บริการสปา และ การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดง ความถี่ร้อยละ ซึ่งผลของการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.2.1 ลักษณะการให้บริการสปา

จากตาราง 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยใช้บริการสปามาก่อน จำนวน 110 คน (ร้อยละ 84) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่เคยใช้บริการสปามาก่อน จำนวน 21 คน (ร้อยละ 16)

ตาราง 4.8 ลักษณะการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	110	84
ไม่เคยใช้บริการ	21	16
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.2 ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากตาราง 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก มีจำนวน 61 คน (ร้อยละ 46.6) ส่วนนักท่องเที่ยวที่เคย
เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง มีจำนวน 70 คน (ร้อยละ 53.4)

ตาราง 4.9 ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	61	46.6
มากกว่า 1 ครั้ง	70	53.4
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.3 สาเหตุของการใช้บริการสปา

จากตาราง 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ใช้บริการสปา เพราะต้องการคลายเครียด
จำนวน 92 คน (ร้อยละ 33.7) สาเหตุรองลงมาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการสปา เพราะ
ต้องการพักผ่อน และรวมอยู่ในบริการนำเที่ยว จำนวน 42 คน (ร้อยละ 15.4) เท่ากัน ส่วนที่ชอบใช้
บริการสปา จำนวน 38 คน (ร้อยละ 13.9) ถือเป็นประสบการณ์ใหม่ จำนวน 35 คน (ร้อยละ 12.8)
และต้องการการรักษาและการบำบัด จำนวน 22 คน (ร้อยละ 8.1)

ตาราง 4.10 สาเหตุของการใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้
บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	42	15.4
ชอบ	38	13.9
คลายเครียด	92	33.7
รวมอยู่ในบริการนำเที่ยว	42	15.4
ประสบการณ์ใหม่	35	12.8
รักษา / บำบัด	22	8.1
อื่น ๆ	2	0.7
รวม	273	100

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : สาเหตุของการใช้บริการสปาสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.4 การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

จากตาราง 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัด
เชียงใหม่ จากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 67 คน (ร้อยละ 28.5) รองลงมารับทราบข้อมูลบริการสปา
จากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร จำนวน 54 คน (ร้อยละ 23) และจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 43 คน
(ร้อยละ 18.3) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปาจากที่พัก มี
จำนวน 33 คน (ร้อยละ 14) จากเพื่อนหรือญาติ จำนวน 20 คน (ร้อยละ 8.5) และจากป้ายโฆษณา
หรือป้ายประกาศ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 6)

ตาราง 4.11 การรับทราบข้อมูลบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

การรับทราบข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	43	18.3
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	54	23
บริษัทนำเที่ยว	67	28.5
ที่พัก	33	14
เพื่อน /ญาติ	20	8.5
ป้ายโฆษณา / ป้ายประกาศ	14	6
อื่นๆ	4	1.7
รวม	235	100

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : การรับทราบข้อมูลบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำการศึกษาด้วยการใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยวิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates) และ Marginal Effects

4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ทำการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ในสมการที่ 4.1 โดยใช้วิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และ วิธี Marginal Effects

$$\begin{aligned}
 Y_i = & \beta_0 + \beta_1 D_{11} + \beta_2 D_{12} + \beta_3 D_{13} + \beta_4 D_{14} + \beta_5 D_{21} + \beta_6 D_{22} + \beta_7 D_{31} + \\
 & \beta_8 D_{41} + \beta_9 D_{42} + \beta_{10} D_{51} + \beta_{11} D_{52} + \beta_{12} D_{61} + \beta_{13} SEX_i + \beta_{14} INC_i \\
 & + \beta_{15} AGE_i + \varepsilon_i
 \end{aligned}
 \tag{4.1}$$

ตาราง 4.12 คำอธิบายและวิธีการวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

ตัวแปร	คำอธิบาย
Y	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัด เชียงใหม่ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₁	ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ประกอบด้วย D ₁₁ ด้านทำเลที่ตั้ง D ₁₂ ด้านชื่อเสียง D ₁₃ ด้านบรรยากาศ D ₁₄ ด้านการตกแต่ง = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₂	ความพึงพอใจค่าบริการ ประกอบด้วย D ₂₁ ด้านราคา D ₂₂ ด้านการส่งเสริมการขาย = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₃	ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ประกอบด้วย D ₃₁ ด้านผู้ให้บริการ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₄	ความพึงพอใจด้านการบริการ ประกอบด้วย D ₄₁ ด้านธรรมชาติบำบัด D ₄₂ ด้านรูปแบบการบริการ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ

ตัวแปร	คำอธิบาย
D_5	ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย D_{51} ด้านความสะอาด D_{52} ด้านความปลอดภัย = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D_6	ความพึงพอใจด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย D_{61} ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
SEX	เพศ = 1 เพศหญิง = 0 เพศชาย
INC	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ดอลลาร์สหรัฐ)
AGE	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ปี)
i	ข้อมูลที่ i (i^{th} observation)
ε	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)

ที่มา: จากการกำหนด

4.3.2 สมมติฐานในการศึกษา

สมมติฐานในการศึกษา คือ ปัจจัยที่จะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ความพึงพอใจทำเลที่ตั้ง ความพึงพอใจค่าบริการ ความพึงพอใจผู้ให้บริการ ความพึงพอใจการบริการ และความพึงพอใจด้านความปลอดภัย

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3.3 ผลการศึกษา

จากการศึกษา "ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่" เพื่อชี้ให้เห็นว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงได้เลือกทำการศึกษาด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยวิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) และ Marginal Effects ออกมาหลายรูปแบบสมการ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาแสดงได้ดังตาราง 4.13 – ตาราง 4.20

สมการที่ 1 – สมการที่ 7 ได้นำปัจจัย ได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) ทำเลที่ตั้ง (D_{11}) ชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และการตกแต่งสถานที่ (D_{14}) มาทำการวิเคราะห์ทีละปัจจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา มีดังต่อไปนี้

จากสมการที่ 5 ปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$, Mc Fadden $R^2 = 0.9746$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในชื่อเสียงมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.18 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านชื่อเสียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$

สมการที่ 6 ปัจจัยด้านบรรยากาศ (D_{13}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ ค่า Mc Fadden $R^2 = 0.0669$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้น ส่วนการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.81 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$

ส่วนปัจจัยที่เหลือตัวอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย เพศ (SEX) ในสมการที่ 1, อายุ (AGE) ในสมการที่ 2, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) ในสมการที่ 3, ทำเลที่ตั้ง (D_{11}) ในสมการที่ 4 และการตกแต่งสถานที่ (D_{14}) ในสมการที่ 7 นั้น ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.13 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ

Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 1 – สมการที่ 7

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 1	สมการที่ 2	สมการที่ 3	สมการที่ 4	สมการที่ 5	สมการที่ 6	สมการที่ 7
Constant	0.1053 [0.397]	1.2632 [1.918]	0.4567 [2.040]	-1.0986 [0.951]	-0.6931 [1.386]	-1.7917 [2.346]	0.4700 [0.824]
SEX	0.2776 [0.781]						
AGE		-0.2495 [1.587]					
INC			-0.4279 [1.234]				
D ₁₁				1.4001 [1.198]			
D ₁₂					1.1059** [2.065]		
D ₁₃						2.2617*** [2.874]	
D ₁₄							-0.2315 [0.386]
D ₂₁							
D ₂₂							
D ₃₁							
D ₄₁							
D ₄₂							
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁							
Mc Fadden R ²	0.0034	0.0142	0.0191	0.0094	0.0253	0.0669	0.0008

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

เลขหมู่.....
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๑/๑๓
๑๑๕.๑๓๖๒
๐๑๑๓ ๗

c-4

ตาราง 4.14 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 1 – สมการที่ 7

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 1	สมการที่ 2	สมการที่ 3	สมการที่ 4	สมการที่ 5	สมการที่ 6	สมการที่ 7
Constant	0.2589 [0.400]	0.3103 [1.942]	0.1125 [2.098]	-0.2701 [0.947]	-0.1703 [1.369]	-0.4421 [2.294]	0.1155 [0.829]
SEX	0.6822 [0.781]						
AGE		-0.6129 [1.588]					
INC			-0.1055 [1.226]				
D ₁₁				0.3442 [1.196]			
D ₁₂					0.2718** [2.060]		
D ₁₃						0.5581*** [2.833]	
D ₁₄							-0.5692 [0.386]
D ₂₁							
D ₂₂							
D ₃₁							
D ₄₁							
D ₄₂							
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁							

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.01$

สมการที่ 8 พบว่าปัจจัยด้านระดับราคา (D_{21}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ Mc Fadden $R^2 = 0.0762$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคามากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย และการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.8 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 9 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (D_{22}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ Mc Fadden $R^2 = 0.0533$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย และการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.14 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 10 พบว่าปัจจัยด้านผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ McFadden $R^2 = 0.0874$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจใน ผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.87 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 12 พบว่า รูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ Mc Fadden $R^2 = 0.0874$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.5 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

ส่วนปัจจัยทางด้านธรรมชาติบำบัด (D_{41}) ความสะอาด (D_{51}) และความปลอดภัย (D_{52}) ในสมการที่ 11 สมการที่ 13 และสมการที่ 14 ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.15 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ

Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 8 – สมการที่ 14

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 8	สมการที่ 9	สมการที่ 10	สมการที่ 11	สมการที่ 12	สมการที่ 13	สมการที่ 14
Constant	-0.8209 [2.269]	-0.6131 [1.780]	-1.6734 [2.661]	-0.5108 [0.699]	-0.9985 [2.258]	-0.1823 [0.301]	-0.1335 [0.258]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃							
D ₁₄							
D ₂₁	1.4983*** [3.551]						
D ₂₂		1.2274*** [3.019]					
D ₃₁			2.2231*** [3.373]				
D ₄₁				0.8222 [1.092]			
D ₄₂					1.5656** [3.218]		
D ₅₁						0.4846 [0.765]	
D ₅₂							0.4464 [0.811]
D ₆₁							
Mc Fadden R ²	0.0762	0.0533	0.0874	0.0069	0.0649	0.0032	0.0036

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

ตาราง 4.16 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 8 – สมการที่ 14

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 8	สมการที่ 9	สมการที่ 10	สมการที่ 11	สมการที่ 12	สมการที่ 13	สมการที่ 14
Constant	-0.2016 [2.201]	-0.1505 [1.739]	-0.4131 [2.587]	-0.1255 [0.697]	-0.2455 [2.200]	-0.4481 [0.300]	-0.3281 [0.257]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃							
D ₁₄							
D ₂₁	0.3680*** [3.531]						
D ₂₂		0.3014*** [3.011]					
D ₃₁			0.5486*** [3.318]				
D ₄₁				0.2021 [1.092]			
D ₄₂					0.3850*** [3.193]		
D ₅₁						0.1191 [0.765]	
D ₅₂							1.0971 [0.811]
D ₆₁							

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 15 ได้นำเอาปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (D_{61}) มาวิเคราะห์พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 16 คือ ได้นำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และระดับราคา (D_{21}) มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และระดับราคา (D_{21}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และ $\alpha = 0.05$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น และถ้าหากว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคามากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.5 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.66 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 17 ได้นำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) มาทำการวิเคราะห์พร้อมกันเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะมากขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.21 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.14 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 18 คือ ได้นำเอาปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.6 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.94 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 19 ได้นำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น สำหรับการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.88 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.24 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 20 ได้นำเอาปัจจัยด้านผู้ให้บริการ (D_{31}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า ผู้ให้บริการ (D_{31}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ และ $\alpha = 0.05$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่

นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาที่จะเพิ่มขึ้น และถ้าหากว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาที่จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.18 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.95 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 21 ได้นำเอาปัจจัยด้านระดับราคา (D_{21}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า ระดับราคา (D_{21}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ซึ่งหมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านระดับราคาเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.37 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.54 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

ตาราง 4.17 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ
Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 15 – สมการที่ 21

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 15	สมการที่ 16	สมการที่ 17	สมการที่ 18	สมการที่ 19	สมการที่ 20	สมการที่ 21
Constant	1.0986 [1.346]	-2.0105 [2.565]	-2.2161 [2.715]	-2.1228 [2.668]	-3.0562 [3.158]	-2.1505 [3.062]	-1.7969 [2.811]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃		1.6020* [1.917]	1.7097** [2.060]	1.8893** [2.333]	1.8124** [2.202]		
D ₁₄							
D ₂₁		1.1218** [2.459]					0.9072** [1.853]
D ₂₂				0.9301* [2.162]			
D ₃₁					1.9076*** [2.803]	1.7891*** [2.580]	1.6032** [2.177]
D ₄₁							
D ₄₂			1.1398** [2.173]			1.0508** [1.976]	
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁	-0.8864 [1.060]						
Mc Fadden R ²	0.0070	0.1012	0.0940	0.0931	0.1212	0.1096	0.1065

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ 1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.10$

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

ตาราง 4.18 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 15 – สมการที่ 21

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 15	สมการที่ 16	สมการที่ 17	สมการที่ 18	สมการที่ 19	สมการที่ 20	สมการที่ 21
Constant	0.2698 [1.357]	-0.4958 [2.501]	-0.5471 [2.645]	-0.5236 [2.600]	-0.7569 [3.069]	-0.5311 [2.968]	-0.4432 [2.726]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃		0.3951* [1.900]	0.4221** [2.041]	0.4660** [2.307]	0.4488** [2.183]		
D ₁₄							
D ₂₁		0.2766** [2.456]					0.2238** [1.853]
D ₂₂				0.2294** [2.160]			
D ₃₁					0.4725*** [2.772]	0.4418** [2.551]	0.3954** [2.156]
D ₄₁							
D ₄₂			0.2814** [2.166]			0.2595** [1.971]	
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁	-0.2177 [1.061]						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.10$ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 22 ได้นำเอาปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาวิเคราะห์ เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า ชื่อเสียง (D_{12}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในชื่อเสียงเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.37 ถ้า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในชื่อเสียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และโอกาสที่ นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 53 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 23 ได้นำเอาปัจจัยด้านระดับราคา (D_{21}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) มา วิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการ สปา พบว่า ระดับราคา (D_{21}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.10$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคามากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความ พึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบ การบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจใน การใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.46 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.52 ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 24 ได้เอานำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) ระดับราคา (D_{21}) และ รูปแบบการบริการ (D_{42}) มาวิเคราะห์เพื่อที่จะหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และระดับราคา (D_{21}) เป็นปัจจัยที่มี ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ ซึ่งหมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย และถ้าหาก

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคาเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ก็จะเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยด้านรูปแบบการบริการมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แต่ไม่นัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.13 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 25 ได้นำเอาปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบของการบริการ (D_{42}) มาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบของการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.10$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะมากขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะมากขึ้นด้วย ส่วนชื่อเสียง (D_{12}) ถึงแม้ว่าจะมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แต่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.26 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.61 ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบของการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 26 คือ ได้นำปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.10$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะมากขึ้นด้วย ส่วนชื่อเสียง (D_{12}) ถึงแม้จะมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะ

มีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.26 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.69 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 27 คือ ได้นำเอาปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับหมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนชื่อเสียง (D_{12}) ถึงแม้ว่าจะมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ การวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.06 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 46.64 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 28 ได้นำเอาปัจจัยทั้งหมดมาวิเคราะห์ พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ส่วนการตกแต่ง (D_{14}) การส่งเสริมการขาย (D_{22}) และสิ่งอำนวยความสะดวก (D_{61}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ การวิเคราะห์ด้วย Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 168 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 83.19 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 51.67 ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยที่กำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.19 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ
Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 22 – สมการที่ 28

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 22	สมการที่ 23	สมการที่ 24	สมการที่ 25	สมการที่ 26	สมการที่ 27	สมการที่ 28
Constant	-2.4274 [3.046]	-1.2894 [2.706]	-2.2508 [2.721]	-2.5301 [2.809]	-2.3528 [2.642]	-3.6270 [3.348]	-1.1767 [0.472]
SEX							0.5124 [1.137]
AGE							-0.2062 [1.036]
INC							-0.4223 [1.495]
D ₁₁							0.1227 [0.075]
D ₁₂	0.9467* [1.668]			0.5360 [0.889]	0.3890 [0.609]	0.8011 [1.360]	0.4168 [0.460]
D ₁₃			1.4128* [1.652]	1.6715** [2.006]	1.8750** [2.311]	1.6977** [2.039]	6.9023** [2.159]
D ₁₄							-2.9088** [1.938]
D ₂₁		1.0761** [2.225]	0.8562* [1.715]				-0.3391 [0.469]
D ₂₂					0.7980* [1.663]		2.1195* [1.785]
D ₃₁	2.1469*** [3.230]					1.8825*** [2.749]	3.4127** [1.977]
D ₄₁							-0.7375 [0.598]
D ₄₂		0.9567 [1.708]	0.7422 [1.282]	0.9969* [1.817]			0.1332 [0.150]
D ₅₁							-1.7725 [1.350]
D ₅₂							-0.9299 [0.859]
D ₆₁							-3.8067** [1.941]
Mc Fadden R ²	0.1033	0.0927	0.1104	0.0984	0.0952	0.1315	0.2250

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.10$
 ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.05$
 *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.01$

ตาราง 4.20 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 22 – สมการที่ 28

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 22	สมการที่ 23	สมการที่ 24	สมการที่ 25	สมการที่ 26	สมการที่ 27	สมการที่ 28
Constant	-0.5992 [2.964]	-0.3171 [2.623]	-0.5555 [2.650]	-0.6246 [2.740]	-0.5805 [2.580]	-0.8986 [3.255]	-0.2868 [0.476]
SEX							0.1249 [1.141]
AGE							-0.5027 [1.035]
INC							-0.1029 [1.497]
D ₁₁							0.2993 [0.075]
D ₁₂	0.2337* [1.665]			0.1323 [0.889]	0.9598 [0.609]	0.1985 [1.358]	0.1016 [0.461]
D ₁₃			0.3487 [1.640]	0.4126** [1.988]	0.4626** [2.285]	0.4206** [2.023]	1.6826** [2.410]
D ₁₄							-0.7091** [2.035]
D ₂₁		0.2646** [2.221]	0.2113* [1.714]				-0.8267 [0.471]
D ₂₂					0.1969* [1.663]		0.5167** [1.903]
D ₃₁	0.5300*** [3.180]					0.4664*** [2.721]	0.8319** [2.134]
D ₄₁							-0.1798 [0.608]
D ₄₂		0.2352* [1.703]	0.1831 [1.280]	0.2461* [1.813]			0.3247 [0.150]
D ₅₁							-0.4321 [1.395]
D ₅₂							-0.2267 [0.874]
D ₆₁							-0.9279** [2.090]

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.10$ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

4.3.4 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และ Marginal Effects พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการบริการอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

โดยวิธี Marginal Effects พบว่า

1. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในชื่อเสียง โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.37 - 27.18
2. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในบรรยากาศ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 55.81 - 39.5
3. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านระดับราคา โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 21.13 - 36.8
4. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 19.69 - 30.14
5. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 39.54 - 54.86
6. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในรูปแบบของการบริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.52 - 38.5