

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาท่องเที่ยวและใช้บริการที่ ภูเก็ต คันทรีคลับจังหวัดแม่ฮ่องสอน
ผู้จัดทำ	นางสาวณัฐวดี กลิ่นปราณีต
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ
วันที่อนุมัติผลงาน	16 พฤศจิกายน 2558
จำนวนหน้า	93 หน้า
คำสำคัญ	การบริการ, ความพึงพอใจ, ภูเก็ต คันทรีคลับ, การท่องเที่ยว

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาท่องเที่ยวและใช้บริการที่ ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่ ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของ ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ (3) เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ Philip Kotler (1997) เป็นกรอบในการศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสปาของภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Convenience Sampling) และใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ใช้การวัดความเที่ยงตรง และค่าสัมประสิทธิ์كرونบาคเท่ากับ 0.764 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test และ F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) กำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และการจับคู่แบบพหุคูณ (Multiple Comparison test) ด้วยค่าสถิติของ Scheffe

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ทำอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการสปา 1 - 2 ครั้งต่อเดือน และนิยมเลือกใช้บริการสปาจากสถานบริการสปา โดยเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่เพิ่งเคยมาท่องเที่ยวและใช้บริการที่ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นครั้งแรก รู้จักภูเก็ตโดยมีคนรู้จักแนะนำให้มาท่องเที่ยวและใช้บริการ โดยเลือกรับบริการพอกหน้าด้วยโคลนธรรมชาติ สาเหตุที่เลือกรับบริการสปาของภูเก็ต คันทรีคลับเนื่องจากมีความแปลก

ใหม่และน่าสนใจ และนอกจากจะใช้บริการที่สถานบริการสปาแล้ว ยังนิยมซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปทำสปาเองที่บ้านด้วย จากการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากในทุกๆ ด้าน เรียงลำดับคือ ด้านสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.08$ ) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.02$ ) ด้านบุคลากรในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.00$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.78$ ) ด้านสถานที่ ( $\bar{X} = 3.77$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.76$ ) และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ( $\bar{X} = 3.45$ ) ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาในด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ภูเก็ต คันทรีคลับ และพฤติกรรมในการกลับมาใช้บริการ สปาของภูเก็ต คันทรีคลับ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้าจะพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านสินค้าและบริการ และมีความพึงพอใจในระดับดีมากในด้านผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ (โคลนและน้ำแร่ธรรมชาติ) และได้รับความพึงพอใจในระดับดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในการบริการที่น่าเชื่อถือ และมีความปลอดภัย ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่สะอาด และปลอดภัย และการให้บริการที่มีคุณภาพให้ผลเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของภูเก็ต คันทรีคลับ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการที่ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน แต่ในขณะที่เดียวกันยังคงมีบางปัจจัยที่ถึงแม้จะได้รับความพึงพอใจในระดับมาก แต่ยังคงมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำ และได้รับการเสนอแนะแก้ไขเช่น จำนวนของห้องน้ำที่ให้บริการ และจำนวนของสถานที่จอดรถซึ่งไม่เพียงพอต่อจำนวนของลูกค้า ทั้งสองปัจจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาที่ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสามารถสังเกตได้อย่างเด่นชัดนั่นคือในด้านของการประชาสัมพันธ์ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลข่าวสารและการให้บริการของภูเก็ต คันทรีคลับ โดยการแนะนำจากคนรู้จัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ของภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอนนั้น ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์จะสามารถส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและใช้บริการของ ภูเก็ต คันทรีคลับ จังหวัดแม่ฮ่องสอน มากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยเห็นว่าภูเก็ต คันทรีคลับ ควรพิจารณาถึงปัจจัยเหล่านี้และนำไปแก้ไขเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น และมีโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการให้เป็นผู้นำด้านธุรกิจ สปาแนวหน้าของประเทศไทยได้ในอนาคต