

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
Tourists' Perceptions on Spa Business Management in Muang District,
Chiangrai Province

นายจรัส จิระวงศ์วาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัทธมน บุญยราศรี
อาจารย์ ดร.ประภาส ณ พิกุล

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจสปา และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้บริการธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 384 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวน นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ถือสัญชาติไทย ใช้บริการธุรกิจสปา 2 - 3 ครั้งต่อเดือน รู้จักสปาจากเพื่อน / คนรู้จักแนะนำ เลือกใช้บริการธุรกิจสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน และรูปแบบของ สปาที่เคยใช้บริการเป็นแบบที่ใช้ระยะเวลาสั้นระหว่างวัน ประมาณ 30 นาที ถึง 5 ชั่วโมง ที่สามารถดำเนินการได้ตามที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือสนามบิน ส่วนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจสปาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในระดับสูงสุด คือ มาตรฐานสถานที่ รองลงมา คือ มาตรฐานการบริการ และต่ำสุด คือ มาตรฐานผู้ดำเนินการ เมื่อพิจารณาแต่ละมาตรฐานพบว่า รายการที่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในระดับสูงสุดมาตรฐานสถานที่ คือ มีการระบายอากาศอย่างเพียงพอ มาตรฐานผู้ดำเนินการ คือ เจ้าของกิจการมีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ เช่น เก็บค่าบริการชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยราคา

เดียวกัน มาตรฐานผู้ให้บริการ คือ พนักงานมีความชำนาญในการนวด มาตรฐานการบริการ คือ พนักงานมี
เครื่องแบบที่รัดกุม สุภาพ สะอาด เรียบร้อย สะดวกต่อการปฏิบัติงาน และมาตรฐานความปลอดภัย คือ มีการ
ใช้สมุนไพรไทย เพื่อความปลอดภัย

เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงราย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับ
ธุรกิจสปาไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการธุรกิจสปาต่อ
เดือนต่างกัน มีการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจสปาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นักท่องเที่ยวที่มี
สัญชาติต่างกัน มีการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจสปาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ
นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจสปาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05

Abstract

The purposes of this study aimed to investigate and compare the tourists' perceptions on spa business management in Muang District, Chiangrai Province in terms of their personal factors. For data gathering, questionnaire were conducted with 384 respond taking their spa services in Muang District, Chaingrai Province. The data were systematically analyzed through using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, one-way analysis of variance, and then presented with the narrative techniques and its figures.

The results of the study showed that most of the respondents were male, age of 31-40, earned a diploma of secondary education or a vocational certificate, working for their business ownership, their monthly incomes of 10,001 – 20,000 baht, and Thai nationality. In addition, their spa services were not only spent for a few times per month, but they were also recommended by their friends and other introducers. A short-daytime spa services with its length of 30 minutes to 5 hours mostly preferred for their tourists' spa styles and relaxations were taken places in their accommodations, government buildings, department stores and airports. On the other hands, the tourists' perceptions on their spa business management in Muang District, Chiangrai Province were all rated at a higher level in terms of their standards of location, services, and spa business ownership. In terms of their location, it was stated that the adequate amounts of fresh air and better atmospheres were provided, meanwhile the spa owners' moral awareness of their spa business management and the reasonable rates of spa services served for both Thai and foreign tourists were offered in terms of their spa business ownership. As the staffs' skillful experiences in their massage services

were supported for their spa business management, the staffs' neatly-dressed uniforms were served for their tourist's spa services. Also, Thai herbal products used for better spa services were offered for their tourist's life safety.

Overall, the tourists' perceptions on their spa business management in Muang District, Chiangrai Province compared with their personal factors were apparented that the tourists' perceptions on their spa business management compared with their gender remained insignificantly different whereas the tourists' perceptions on their spa business management in Muang District, Chiangrai Province compared with their age educational backgrounds, occupations, and their numbers of spa services were significantly different at 0.001. As the tourists' perceptions on their spa business management in Muang District, Chiangrai Province compared with their nationality were significantly different at 0.01, the tourists' perceptions on their spa business management in Muang District, Chiangrai Province compared with their monthly incomes were significantly different at 0.05.

บทนำ

“สปา” เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพซึ่งถือเป็นธรรมชาติบำบัดด้วยการลูบไล้สัมผัสโดยผสมผสานกับธรรมชาติ โดยองค์ประกอบของสปานั้น จะมุ่งเน้นไปที่การวัดด้วยการใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส รวมถึงการสร้างบรรยากาศโดยรอบให้พร้อมโดยการผสมผสานรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัสอันจะนำไปสู่ความรื่นรมย์ ผ่อนคลาย (ทัวร์ดอย.<http://www.tourdoi.com/travel/happiness/thaispa.htm>. 2554) ซึ่งหากมองย้อนกลับไปเมื่อ 10 ปีก่อนจะพบว่า ธุรกิจสปาในประเทศไทยเป็นเพียงกิจการหนึ่งที่ตั้งแฝงตัวอยู่ในโรงแรมหรู เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก และยังคงเหมือนว่าเป็นกิจการที่มีบทบาทเชิงพาณิชย์ในขอบเขตค่อนข้างจำกัด จึงไม่แพร่หลายเป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง

ปัจจุบันคนไทยได้เพิ่มความเอาใจใส่ต่อสุขภาพอย่างจริงจังทำให้ความต้องการสถานบริการเพื่อการผ่อนคลายมีมากขึ้น ประกอบกับมีสถานบริการสปาผุดขึ้นรายล้อมไปทั่ว ไม่ว่าจะเป็นในเมืองหรือย่านธุรกิจสำคัญภายใต้แนวคิดการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ Day Spa ซึ่งเป็นสปาที่สามารถดำเนินการได้ตามที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือสนามบิน ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะสั้นๆ ประมาณ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง (วันเฉลิม จันทรากุล. 2546 : 18) ซึ่งถือเป็นสปาที่มีความใกล้ชิดกับผู้ที่สนใจโดยทั่วไปมากที่สุด เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งธุรกิจสปาโดยทั่วไปตามที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ มีห้องที่ให้บริการสปา 2-7 ห้อง ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการสปาทำงานแบบเต็มเวลา (Full Time Staffs) และโดยเฉลี่ยครึ่งหนึ่งของรายได้จากบริการ สปามาจากการบริการนวด (กระทรวงพาณิชย์. <http://www.moc.go.th>. 2553) และไม่ว่าธุรกิจสปาจะมีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก จะมีรายได้หลักมาจากบริการสปาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยอาจมีการเก็บเงินล่วงหน้าในรูปค่าสมาชิกหรือเก็บค่าบริการเป็นชั่วโมง