

นายเทอดศักดิ์ อรรถรังสรรค์. 2549. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาชาวไทย และชาวต่างประเทศต่อการใช้บริการสปาในโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมเบลล์ วิลล่า รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.  
[ISBN 974-626-682-9]

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รศ. ดร. ทักษิณา कुमारักษ์, อาจารย์ ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันสถานบริการสปาเป็นจุดขายหนึ่งที่สำคัญของโรงแรมและรีสอร์ทที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาทำนันทนาการในโรงแรมจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาในทุกๆ ด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการสปาชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อการใช้บริการสปาโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมเบลล์ วิลล่า รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ และผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงและวางแผนการดำเนินงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ใช้บริการ จำนวน 290 คน แบ่งเป็นชาวไทย 54 คน และชาวต่างประเทศ 236 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง การวัดระดับความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา คุณภาพ การให้บริการของพนักงานและลักษณะทางกายภาพ และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมติฐานใช้ไคสแควร์ (Chi-square)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ใช้บริการชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพแต่งงานแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้อสปาผ่านทาง Road show ส่วนผู้ใช้บริการสปาชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพแต่งงานแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป (1221 ดอลลาร์สหรัฐ) บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel agentis) เป็นช่องทางที่ชาวต่างประเทศนิยมใช้ในการเลือกซื้อบริการสปา

ส่วนการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ใช้บริการสปาชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ใน 3 ด้าน คือ

ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และลักษณะทางกายภาพ ส่วนในด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงาน พบว่า ผู้ใช้บริการทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่าจุดแข็งของสปาโรงแรมเบล วิลล่า รีสอร์ท คือ การให้บริการของพนักงาน ผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ ตัวของสถานประกอบการ และราคาที่มีความเหมาะสม จุดอ่อน คือ การสื่อสารภาษาต่างประเทศของพนักงาน และสถานที่ไม่เพียงพอในช่วงฤดูการท่องเที่ยว โอกาส คือ กระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพมีมากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมจากรัฐ อุปสรรค คือ ต้นทุนด้านผลิตภัณฑ์สูงเพราะต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศการแข่งขันในธุรกิจสปาอย่างรุนแรง การขาดแคลนบุคลากร และภัยธรรมชาติ

**Turdsak Attharansan. 2006. Comparisons between Thai and Foreign's Satisfaction of Hotel Spa Services: A Case Study of Belle Villa Resort, Chiang Mai.**

**Master of Business Administration Thesis in Tourism Management, Graduate School, Khon Kaen University. [ISBN 974-626-682-9]**

**Thesis Advisors : Assoc. Prof. Dr. Taksina Kunarucks,  
Mrs. Sivadra Pipatchaisiri**

### **ABSTRACT**

Currently spa service places are one of significant sale points for hotels and resorts which can attract Thai and foreign tourists to stay in. It is, therefore, necessary for hotel spa services places to have development in every aspect for responding to the needs of different customers.

The purpose of this study was to compare Thai and foreign spa service users' satisfaction with hotel spa service use, and to use the obtained data for SWOT Analysis in a case study of Belle Villa Resort in Chiang Mai. And the study results found would be able to be efficiently implemented in developing, improving, and planning operation to achieve the goals of business performance.

The sample consisted of 290 service users : 54 Thais and 236 foreigners. A questionnaire was an instrument used for measuring levels of the sample's satisfaction. The satisfaction levels were measured in 4 aspects : product, price, service quality of clerks, and physical feature. The statistics used for analyzing data were percentage and mean; and Chi-square was employed for testing hypotheses.

For the results of general data analysis, the following were found. Most of the Thai service users were female, aged 31-40 years, were married, and held a bachelor's degree. Most of them had a private business career/trading, earned monthly income of 50,001 baht and more, and mostly bought the spa service through Road Show. In comparison, most of the foreign spa service users were female, aged 31-40 years, were married, held a bachelor's degree, earned their livings mostly as private company clerks, and earned monthly income of 50,001 baht (1221 USD). Travel agents were the channel that these foreigners popularly selected to buy the spa service.

As for measuring levels of the simple's satisfaction, it was found that the Thai and foreign spa service users showed different satisfaction at the 0.05 level of statistical significance in these 3 aspects: product, price, and physical feature; while in service quality of clerks, it was found that the two groups of service users did not show different satisfaction at the 0.05 level of statistical significance.

From the SWOT analysis, it was found that the strengths of the Belle Villa Resort Hotel spa included : clerk services, service products, the body the entrepreneurial place and reasonable prices. Its weaknesses were communication in foreign languages for its clerks and inadequacy of spa places foreign the high season. Its opportunities were the stream of more preferring health care and state promotion. Treats included high costs of products because they were imported, severe spa business competitions, lack of personnel and natural disasters.