หัวข้อวิจัย : แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจสปาในประเทศไทย

ผู้วิจัย : ดร.ชญาณิศา วงษ์พันธุ์

หน่วยงาน : วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2566

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพและให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยมุ่งพัฒนาเพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติที่จะแข่งขันกับนานาประเทศ โดยใช้ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และคุณภาพการให้บริการ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปา 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปา จุดมุ่งหมายงานวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปา ขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ธุรกิจสปาในประเทศไทย โดยแบ่งการเก็บข้อมูล ออกเป็น 4 พื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ที่มีสถานบริการสปาที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา (ชลบุรี) และเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitativ Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยและเคยใช้บริการธุรกิจสปา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 30 - 39 ปี มีอาชีพเป็นนักวิชาชีพชั้นสูงและนักเทคนิค มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการเลือกใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายและคลายเครียด มีความถี่ในการเลือกใช้บริการ 1 ครั้ง/ทริป มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งจะอยู่ที่ค่าบริการต่ำกว่า 1,000 บาท ประเภทการบริการเป็นการนวดร่างกาย และหลังจากที่

SPUCHONBURI

นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการสปาแล้ว มีความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำและต้องการที่จะบอกต่อและผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปา อยู่ในระดับมาก พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปาในประเทศไทยมากที่สุดคือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) รองลงมา คือด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) และด้านการประกันคุณภาพ (Assurance) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปา นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านเพศ และปัจจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสปาในประเทศไทย

คำสำคัญ : แนวทางการส่งเสริม, คุณภาพการให้บริการ, ธุรกิจสปา

SPU CHONBURI

Research Title : APPROACHES TO LEVERAGING SERVICE QUALITY TO STRENGTHEN THE SPA BUSINESS IN THAILAND

Name of Researcher : Dr.Chayanisa Wongphan

Name of Institution : College of Tourism and Hospitality

Year of Publication : B. E. 2023

ABSTRACT

The growth of health tourism has been increased rapidly nowadays. This is caused by the demand of both Thai and foreigner tourists. According to COVID-19 situation in Thailand, the tourism behavior has changed, people turn to focus more on their health and disease preventions. To some extent, Thailand has made an attempt to be a hub of world health centre. Therefore, Thailand is now ready to compete in the international health service market by strengthening its potential of health service.

The objectives of this study are 1) to investigate personal factors of the tourists, the tourist behaviuor, and spa service quality 2) to compare each tourist's personal factor to spa service quality and 3) to study the relationship between tourism behaviuor and spa service quality.

The research aims to focus on the study of tourism behaviuor and the quality of spa business service. The scope of this study reveals that the researcher pays attention on the encouragement of promotion guideline of spa service quality which is to strengthen Thai spa industry. There are four areas of tourism health centre in Thailand, which are accepted in high standard, for the research data collection. Those areas are in Bangkok, Phuket, Pattaya (Chonburi), and Chiangmai. The research methodology is quantitative; questionnaires are constructed to collect the data from 400 Thai tourists.

As a result of this study, Thai tourists, who travel domestically and used to be a spa customer, are mostly female ageing between 30-39. These female tourists are mostly in professional and technician level. Their education is average in bachelor degree earning 20,001 – 30,000 bath a month. Most of the participants are from central of Thailand. The main purpose of their travelling is to use spa service for relaxing and reducing stress.

SPU CHONBURI

The frequency of tourists using the spa service is once per a trip, the service expense is less than 1,000 bath per time and body massage is the most popular selection. Moreover, most of them become repeat customers and have a word of mouth later on.

According to the questionnaire, the targets rate spa service to the most satisfaction level. Responsiveness is significantly the most satisfied of spa service quality. Reliability, tangibility, empathy and assurance are responded at the lower satisfaction level respectively.

To compare with all tourists' personal factors to spa service quality, the tourists are significantly different on their personal factors at 0.05 level, except the factor of sex and Thai tourism behaviuor on the relationship of Thai spa quality service.

Keywords: Promotion guidelines, service quality, spa business

SPU CHONBURI