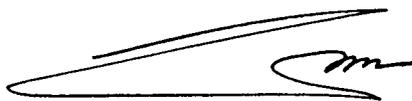


168050

ดูแลผิวหนังที่นิยมเลือกซื้อ วิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหนัง วิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแล
ผิวกาย และวิธีการเลือกซื้อน้ำมันหอมระเหย ลักษณะการใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่ขึ้นอยู่กับสถานภาพ
ด้านจำนวนพนักงาน ได้แก่ ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สปา รูปแบบสื่อที่ทำให้รู้จัก
ผลิตภัณฑ์สปา วิธีการชำระเงินที่นิยมใช้ ผลิตภัณฑ์ดูแลผมที่นิยมใช้ วิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
ดูแลผม แหล่งจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกายที่นิยมเลือกซื้อ และแหล่งจัดจำหน่ายน้ำมันหอมระเหย
ที่นิยมเลือกซื้อ ลักษณะการใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านระยะเวลาดำเนินกิจการ
ได้แก่ แหล่งจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหนังที่นิยมเลือกซื้อ ลักษณะการใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่
ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านรูปแบบการลงทุน ได้แก่ แหล่งจัดจำหน่ายน้ำมันหอมระเหยที่นิยมเลือกซื้อ
สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สปาในสถานประกอบการ
สปา จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของสถานประกอบการสปา พบว่า ด้านประเภทธุรกิจมีความ
แตกต่างกัน 6 รายการ ด้านจำนวนพนักงานมีความแตกต่างกัน 2 รายการ ด้านระยะเวลาในการ
ดำเนินกิจการมีความแตกต่างกัน 2 รายการ และด้านรูปแบบการลงทุน มีความแตกต่างกัน
5 รายการ การวิจัยครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 187 หน้า)



ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Name : Miss Chonlada Pongsuteeniweit
Thesis Title : A Study of Usage and Needs of Spa Products in Spa Establishments
Major Field : Industrial Business
King Mongkut's Institute of Technology North Bangkok
Thesis Advisors : Assistant Professor Tanin Silpjaru
Assistant Professor Dr. Wanchai Prasertsri
Academic Year : 2004

Abstract

168050

The purpose of this study was to investigate usage and needs of spa products in spa establishments. The subjects of the study were 250 managers of those establishments. Questionnaires were used to collect the data. Percentages, arithmetic mean, standard deviation, Chi-square, t-test, ANOVA, Scheffe analysis were employed to analyze the data via SPSS for Window software.

The study revealed that aromatic oils were mainly used in most spa establishments. Their therapeutic properties were mainly taken into consideration. The products were generally made known by sales representatives. Packages that could prevent the products from deterioration were preferable. Checks were favorably used for payment of the products. Salespersons' impressive services were a factor affecting the informants' choices of products. The first buy was made after the demonstration and trial with the distributors with quality goods. The same brands were normally purchased. With respect to hair care and facial care products, the investigation unveiled that the responders liked to buy the products from distributors. Shampoo, facial massage cream, massage oils, and aromatic oils with lavender scent were used the most in the spas.

It was also found in the study that the first five major factors affecting needs to buy spa products were reliable quality, reasonable price, sales assistants' proper suggestions, safety warranty sign of F.D.A., and prompt delivery service.

With respect to the relationship between the usage of spa products and the background of the establishments, the investigation revealed that factors affecting usage of the goods in different types of spa business were method of payment, popular hair and facial care products, how to choose hair care products, sales distributors of facial care goods, how to choose aromatic oils, facial care and skin care products. In addition, factors affecting usage of spa products in relation to the number of employees of the establishments

168050

included how to choose the products, media introducing the products, method of payment, popular hair care products and how to choose them, favorite distributors of skin care products and aromatic oils. Only one factor each was found affecting usage of spa products in relation to the age and the investment of the establishments; that is, favorable facial care product distributors, and aromatic oils distributors. The comparison of needs to use spa products in the spa establishments of different backgrounds revealed 6 differences by types of the establishments, 2 by business age, and 5 by investment forms. The significance of the study was set at the level of .05.

(Total 187 pages)

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Amin", is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Chairperson