บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษา พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่

5.1.1 ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต และได้จากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวมรวมข้อมูลจากทุกสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และได้ใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข จำนวนทั้งสิ้น 25 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์เจ้าของ หรือเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการโดยตรง ผลการศึกษาพบว่า ที่ตั้งของสถานประกอบการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 80.0 ที่เหลือตั้งอยู่รอบ ๆ อำเภอเมือง สถานประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนเตียง/ที่นอน ระหว่าง 7 - 15 เตียง คิดเป็นร้อยละ 72.0 ในส่วนของพนักงานทุกประเภทที่ทำงานในสถานประกอบการสปา ส่วนใหญ่แต่ละสถานประกอบการจะมีจำนวนพนักงานระหว่าง 10 – 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และโดยเฉลี่ยแล้วสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีผู้มาใช้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 50 - 200 คนต่อเดือน ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 80.0 ในส่วนของการให้บริการของสถานประกอบการสปา พบว่าสถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จัดอยู่ในประภท Day spa หรือสปาทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 68.0 โดยส่วนใหญ่จะให้บริการนวดแบบอะโรมาเธอราพีเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 52.0 และสถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จัดให้มีบัตรสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 76.0 ประโยชน์ของการเป็นสมาชิก เช่น ได้รับส่วนลดจากการใช้บริการ การได้รับข่าวสารใหม่ ๆ เกี่ยวกับสปา

5.1.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ผู้วิจัยได้จากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการเก็บรวมรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สัมภาษณ์ผู้บริโภคชาวไทยที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ จากสถานประกอบการสปาที่ได้ใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 25 แห่ง โดยได้กำหนดประชากรตัวอย่างแห่งละ 12 ราย รวมทั้งสิ้น 300 ราย ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.3) มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี (ร้อยละ 35.7) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 55.0) มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน (ร้อยละ 39.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 32.3) มีสถานภาพเป็นโสด และสมรสใกล้เคียงกัน (โสด ร้อยละ 49.3 และสมรส ร้อยละ 48.7) และมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด (ร้อยละ 52.7) เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ ศุภรี ฉัตรกันยารัตน์ (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีทั้งผลการศึกษาที่เหมือนกันและต่างกัน ผลการศึกษาที่เหมือนกัน เช่น ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และมีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ส่วนผลการศึกษาที่แตกต่างกัน เช่น ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้มาใช้บริการสปามีการเปลี่ยนแปลง คือจากเดิมผู้ใช้บริการสปา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งจะไปใช้บริการสปาเพื่อความคลายเครียดเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันเปลี่ยนเป็นเพศหญิง ซึ่งจะไปใช้บริการสปาเพื่อความสวยความงามเป็นหลัก

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสปาประเภท Day spa (ร้อยละ 71.7) ไม่นิยมที่จะสมัครเป็นสมาชิกสปา (ร้อยละ 82.0) มีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยระหว่าง 1 – 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 62.3) มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 1,500 บาท (ร้อยละ 42.0) มักไปใช้บริการสปาในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ (ร้อยละ 78.6) จะไปใช้บริการสปาในช่วงเวลา 14.01 – 20.00 น. (ร้อยละ 68.8) มีสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อน/คลายเครียด (ร้อยละ 64.7) เดินทางไปใช้บริการสปาโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 79.3) และผู้บริโภคส่วนใหญ่ รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากสื่อประเภทแผ่นพับ/นิตยสาร (ร้อยละ 58.0) เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ ศุภรี (2547) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องของพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า มีทั้งผลการศึกษาที่เหมือนกันและต่างกัน ผลการศึกษาที่เหมือนกัน เช่น มักไปใช้บริการสปาในช่วงวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ส่วนผลการศึกษาที่แตกต่างกัน เช่น ผลการศึกษาของ ศุภรี พบว่าผู้บริโภคมีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยระหว่าง 1 – 2 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,000 – 1,500 บาทต่อครั้ง ในขณะที่ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าผู้บริโภคมีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยระหว่าง 1 – 4 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 1,500 บาทต่อครั้ง ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความถี่ในการไปใช้บริการสปามากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้นด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ตามลักษณะของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้

1. กลุ่มที่เป็นเพศชาย มักจะไปใช้บริการสปาในช่วงเวลากลางคืนมากที่สุด ดังนั้นในช่วงเวลากลางคืนสถานประกอบการสปาจึงควรเน้นการให้บริการต่าง ๆ ที่เหมาะกับผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชาย และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด และรักษาสุขภาพ มีผลต่อเพศชายมากที่สุด ดังนั้นสถานประกอบการสปาควรเน้นประเภทสปาสำหรับคลายเครียด และรักษาสุขภาพสำหรับเพศชายไว้โดยเฉพาะ

2. กลุ่มที่เป็นเพศหญิง มักจะไปใช้บริการสปาในช่วงเวลากลางวันมากที่สุด ดังนั้นในช่วงเวลากลางวันสถานประกอบการสปาจึงควรเน้นการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิง และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด และและความสวยความงาม มีผลต่อเพศหญิงมากที่สุด ดังนั้นสถานประกอบการสปาควรเน้นประเภทสปาสำหรับคลายเครียดและความสวยความงามสำหรับเพศหญิงไว้โดยเฉพาะ

3. กลุ่มที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งสูง ดังนั้นสถานประกอบการสปาควรจัดประเภทการบริการที่มีราคาสูงไว้สำหรับผู้สูงอายุ เป็นพิเศษ และสาเหตุหลักที่ผู้สูงอายุมาใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียดและรักษาสุขภาพ ดังนั้นสถานประกอบการควรจัดประเภทการบริการที่เน้นเพื่อคลายเครียด และรักษาสุขภาพ

4. กลุ่มอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานลูกจ้างเอกชน และค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะชอบใช้บริการสปาประเภท Day spa และ Resort spa & Hotel spa มีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนสูง รวมถึงมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งสูงเช่นกัน นอกจากนี้ยังชอบที่จะไปใช้บริการสปาในช่วงวันหยุด และช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาจะอยู่ในช่วงบ่ายโมงถึงช่วงเวลากลางคืน ดังนั้นสถานประกอบการสปาประเภท Day spa และ Resort spa & Hotel spa ควรจัดโปรโมชั่นในวันหยุดให้กับผู้ใช้บริการในกลุ่มอาชีพดังกล่าวเป็นพิเศษ จัดประเภทการบริการที่มีความหลากหลายเนื่องจากอาชีพดังกล่าวมีความสามารถในการใช้จ่ายสูง และมีความถี่ในการไปใช้บริการบ่อยครั้ง

5. กลุ่มอาชีพนักศึกษา/แม่บ้าน จะชอบใช้บริการสปาประเภท Day spa และ Medical spa มีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนต่ำ รวมถึงมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งต่ำเช่นกัน นอกจากนี้ยังชอบที่จะไปใช้บริการสปาในช่วงวันธรรมดา และช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาจะอยู่ในช่วงเวลากลางวัน ดังนั้นสถานประกอบการสปาประเภท Day spa และ Medical spa ควรจัดโปรโมชั่นอาชีพดังกล่าวเป็นพิเศษ โดยจัดประเภทการบริการที่มีราคาไม่สูงมากนัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เนื่องจากอาชีพดังกล่าวมีความสามารถในการใช้จ่ายค่อยข้างต่ำ และมีความถี่ในการไปใช้บริการน้อย

6. กลุ่มผู้มีรายได้น้อย จะมีความถี่ในการใช้บริการต่ำ และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สปาเฉลี่ยต่อครั้งต่ำเช่นกัน ดังนั้นสถานประกอบการสปาควรจัดโปรโมชั่นลดราคาเป็นพิเศษ เพื่อกระตุ้นการบริโภค ของกลุ่มผู้มีรายได้น้อย

7. กลุ่มผู้มีรายได้สูง จะมีความถี่ในการใช้บริการสูง และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งสูงเช่นกัน ดังนั้นสถานประกอบการสปาควรจัดประเภทการให้บริการที่มีไว้เฉพาะซึ่งอาจมีราคาสูงแต่เน้นคุณภาพและการบริการที่ดี ให้สิทธิพิเศษบางอย่างเพื่อกระตุ้นให้มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้สถานประกอบการสปา ควรปรับปรุงและพัฒนาในด้านที่จอดรถที่มีไม่เพียงพอสำหรับลูกค้า มีป้ายบอกสถานที่ตั้งอย่างชัดเจน รวมถึงการมีเส้นทางเข้าถึงสถานประกอบการที่สะดวก และปลอดภัย ในส่วนของภายในสถานประกอบการเอง ควรมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย รวมถึงมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำที่สะอาด แอร์เย็นสบาย และที่สำคัญคือ การคัดเลือกและอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกคนให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

5.2.2 ตามปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาดังนี้

1. ปัจจัยในภาพรวม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ดังนั้นสถานประกอบสปาควรใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐาน รวมถึงการอบรมพนักงานให้มีความรู้และความชำนาญในการให้บริการ

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในบริการการนวดอะโรมาเธอราพีมากที่สุด ดังนั้นสถานประกอบสปาทุกแห่งควรจัดให้มีการนวดประเภทอะโรมาเธอราพี เพื่อตอบเสนอความต้องการของผู้บริโภค

3.ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึ่งพอใจมากในเรื่องของราคาการให้บริการในแต่ละครั้งที่ไม่สูงจนเกินไป ดังนั้นสถานประกอบสปาไม่ควรเปลี่ยนแปลงราคาการให้บริการสูงขึ้นรวดเร็วจนเกินไป ควรแบ่งประเภทการให้บริการเป็นหลายระดับราคา เพื่อให้ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันสามารถเลือกใช้บริการตามอำนาจซื้อของตัวเอง

4.ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการสถานประกอบการสปาที่อยู่ใกล้ชุมชน เดินทางไปได้สะดวก และมีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย ดังนั้นสถานประกอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สปาควรตั้งอยู่ในเขตชุมชนมีเส้นทางที่เข้าถึงง่าย รวมถึงจัดที่จอดรถให้เพียงพอและจัดยามรักษาความปลอดภัย เนื่องผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการมาใช้บริการสปา

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในรูปแบบการการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ดังนั้นสถานประกอบสปาควรจัดให้มีการโฆษณาให้มากโดยเฉพาะสื่อประเภทแผ่นผับ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากสื่อประเภทนี้มากที่สุด

6. ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบที่พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ดังนั้นสถานประกอบสปาควรคัดเลือกพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีการฝึกอบรมบุคลากรอยู่ตลอดเวลา

7. ปัจจัยด้านกายภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบสถานประกอบการสปาที่สะอาดและตกแต่งสวยงามเป็นธรรมชาติ ดังนั้นสถานประกอบสปาควรจัดบริเวณนอกและภายในให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด เช่น มีต้นไม้ที่สวยงาม มีสระน้ำ มีกลิ่นน้ำหอม และมีเสียงดนตรีบรรเลงเบา ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved