

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาปลาของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาปลาของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา รวมถึงเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการสปาปลาของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากผู้ที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ราย โดยสามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ สปาปลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็น นักเรียน/นักศึกษา ระดับรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 7,000 บาท ต่อเดือน การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และพักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการ สปาปลา ของผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสปารูปแบบอื่นมาก่อน และเคยใช้บริการสปาปลามาก่อน มีรูปแบบการมาใช้บริการเป็นการใช้บริการสปาปลามากที่สุด การกลับมาใช้บริการซ้ำ หลังจากที่ใช้บริการมาใช้บริการสปาปลาแล้วผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะ กลับมาใช้บริการสปาปลาอีก และหลังจากใช้บริการสปาปลาแล้วผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะไปใช้ บริการสปารูปแบบอื่นอีก

ด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้บริการสปาปลาของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ

และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีผู้ที่แนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลา ไม่ต่างกัน คือ กลุ่มเพื่อน กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท มีผู้ที่แนะนำให้ เลือกใช้บริการสปาปลา ไม่ต่างกัน คือ กลุ่มเพื่อน สำหรับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีผู้ที่แนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลา คือ ตัวเอง

เพศชายมีการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลาจาก คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ

ส่วนเพศหญิงมีการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลาจาก แผ่นป้าย/ แผ่นพับ โฆษณา

กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลาไม่ต่างกัน คือ จาก แผ่นป้าย/ แผ่นพับ โฆษณา ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ ต่ำกว่า 7,000 บาท มีการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลาจาก คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ

ทั้งเพศชายและเพศหญิงเข้าใจความหมายของสปาปลาไม่ต่างกัน คือ การใช้ปลาน้ำบำบัดเพื่อ ความผ่อนคลาย และกลุ่มรายได้ทั้ง 3 กลุ่มเข้าใจความหมายของสปาปลาไม่ต่างกัน คือ การใช้ปลา บำบัดเพื่อความผ่อนคลาย เช่นกัน

ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีวัตถุประสงค์การมาใช้บริการสปาปลาไม่ต่างกัน คือ พักผ่อนคลายเครียด และกลุ่มรายได้ทั้ง 3 กลุ่มมีวัตถุประสงค์การมาใช้บริการสปาปลา ไม่ต่างกัน คือ พักผ่อนคลายเครียด เช่นกัน

เพศชายเข้าใจประโยชน์ของสปาปลาว่า ช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วออกไป ส่วนเพศหญิงเข้าใจประโยชน์ของสปาปลาว่า ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และสร้างความสนุกสนาน

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท เข้าใจประโยชน์ ของสปาปลาไม่ต่างกัน คือ ช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วออกไป ส่วนกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท เข้าใจประโยชน์ของสปาปลาว่า ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และสร้างความสนุกสนาน

ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือน ไม่ต่างกัน คือ 1 ครั้ง และกลุ่มรายได้ทั้ง 3 กลุ่ม มีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือนไม่ต่างกัน คือ 1 ครั้ง เช่นกัน

ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระยะเวลาที่ใช้บริการสปาปลาไม่ต่างกัน คือ 30 นาที

กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีระยะเวลา ที่ใช้บริการสปาปลาไม่ต่างกัน คือ 30 นาที ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท มีระยะเวลา ที่ใช้บริการสปาปลา คือ 60 นาที

ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาปลาไม่ต่างกัน คือ 150 บาท

กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท มีค่าใช้จ่ายใน การใช้บริการสปาปลาไม่ต่างกัน คือ 150 บาท ส่วนกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีค่าใช้จ่าย ในการใช้บริการสปาปลา คือ มากกว่า 150 บาท

ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาปลา โดยจำแนก ตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาปลาเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 150 บาท มีปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาปลา อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร , พนักงาน ส่วนกลุ่มที่มี

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาท มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาปลา อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา

ในส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่าย มีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอันดับที่ 1 ไม่ต่างกัน คือ สปาปลา

ในส่วนปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอันดับที่ 1 ไม่ต่างกัน คือ ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมและคุ้มค่า

ในส่วนปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 150 บาท มีปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อันดับที่ 1 คือ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย ส่วนกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาท มีปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อันดับที่ 1 คือ มีสถานบริการจำนวนมาก ง่ายต่อการเลือกใช้บริการ

ในส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่าย มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอันดับที่ 1 ไม่ต่างกัน คือ การมีส่วนลดราคาพิเศษ

ในส่วนปัจจัยด้านบุคลากร , พนักงาน ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่าย มีปัจจัยด้านบุคลากร , พนักงาน ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอันดับที่ 1 ไม่ต่างกัน คือ ความเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้า

ในส่วนปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายมีปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอันดับที่ 1 ไม่ต่างกัน คือ มีความสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก

ในส่วนปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ พบว่า กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 150 บาท มีปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการอันดับที่ 1 คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ ส่วนกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 150 บาท มีปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ อันดับที่ 1 คือ ขั้นตอนการให้บริการมีความเป็นระบบระเบียบ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลาโดยใช้การคำนวณค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ พบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้าน

สถานที่หรือการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ในส่วนปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์หรือบริการ พบว่า สป่าปลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับปานกลาง 3 รายการ ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ การนวดเท้า การทำเล็บ และการทำพาราฟิน

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ในส่วนปัจจัยด้าน ราคา พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 รายการ ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ มีการแสดงป้ายราคาชัดเจน ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมคุ้มค่า และราคาถูกกว่าสปา รูปแบบอื่น

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ในส่วนปัจจัยด้าน สถานที่หรือการจัดจำหน่าย พบว่า รายการ มีสถานบริการจำนวนมาก ง่ายต่อการเลือกใช้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 รายการ ซึ่งสามารถ เรียงลำดับได้ดังนี้ คือ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย และวันและเวลาที่ให้บริการมีความเหมาะสม

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ในส่วนปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด พบว่า รายการ การมีส่วนลดราคาพิเศษ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 2 รายการ ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ มีการจัด กิจกรรมและโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ และมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ในส่วนปัจจัยด้าน บุคลากร, พนักงาน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 3 รายการ ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ และความเอาใจ ใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้า

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ในส่วนปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 4 รายการ ซึ่ง สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ คือ มีความสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก มีการตกแต่งสถานที่และ บรรยากาศให้สวยงาม ที่นั่งบริการมีความสะดวกสบาย และการจัดสรรพื้นที่ให้บริการเหมาะสม

ไม่แออัด

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ในส่วนปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 รายการ ซึ่งสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ คือ ขั้นตอนการให้บริการมีความเป็นระบบระเบียบ และมีความรวดเร็วในการให้บริการ

และวิธีการชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร, พนักงาน และปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สปาปลาระดับมาก เพราะผู้ใช้บริการสปาปลามีความคาดหวังที่จะได้รับบริการจากปัจจัยข้างต้นเป็นอย่างสูง หากไม่ได้รับการตอบสนองอาจก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ หากต้องการสร้างความพึงพอใจโดยรวมแก่ผู้ใช้บริการสปาปลา น่าจะมุ่งเน้นใน ปัจจัยด้านบุคลากร , พนักงาน และปัจจัยด้านราคา เป็นสำคัญ
2. จากการศึกษาพบว่า สปาปลา ยังมีผู้มาใช้บริการและรู้จักกันเฉพาะกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา เท่านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการสปาปลา จึงควรมีประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น การโฆษณาลงในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการขยายตลาดให้กับกลุ่มอาชีพอื่น ให้ได้มีโอกาสรู้จักและใช้บริการสปาปลาให้มากขึ้น
3. จากการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาปลาอยู่ในระดับมาก แต่ยังมี 3 ปัจจัยที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นทางร้าน Fish Actually สาขา นิมนานเหมินทร์ จังหวัดเชียงใหม่ จึงควรมีการพัฒนาและปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

## 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อ

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีเพียงจำนวน 200 ราย และใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1 เดือน ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาไม่ครอบคลุมหรือชัดเจน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะใช้กลุ่มตัวอย่างและใช้เวลาเก็บข้อมูลให้มากกว่านี้ ซึ่งอาจจะได้ผลการศึกษาที่แตกต่างกันออกไป
2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาร้านอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย เพื่อที่จะสามารถทราบถึงจุดเด่น จุดด้อย และการให้บริการของแต่ละร้าน ซึ่งจะสามารถนำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการต่อไปในอนาคต