

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาใน อำเภอเมือง จังหวัด
สมุทรสาคร

ผู้เขียน นางสาวพรศรี กุลทรงคุณากร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร.รวิ ลงกานี

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรือง

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการใช้บริการสปาใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 150 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ในรูปของความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครที่ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสถานภาพเป็นโสด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนิสิตหรือนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการสปาจากนิตยสารบริการสปาที่ชอบใช้คือ การนวดตัว โดยใช้เวลาในการรับบริการสปาโดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมง เข้ามาใช้บริการสปามากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน ในช่วงเวลาไม่แน่นอน และจะเข้ามาใช้บริการสปาในวันหยุด สาเหตุส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสปาเพื่อคลายความเครียด รองลงมาเพื่อความสวยงามของผิวพรรณ และถ้าหากมีโอกาส จะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการสปา

การศึกษาครั้งนี้ใช้มาตรวัดระดับคะแนนเต็มทีระดับ 5 ในการวัดความคิดเห็นและปัญหาของผู้ใช้บริการ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ

สปา ใน อำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรสาคร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.54) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นในการใช้บริการสปาในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 3.67 และ 3.66 ตามลำดับ โดยความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 3.40 3.39 และ 3.34 ตามลำดับ

ปัญหาของผู้ใช้บริการสปาในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวมที่พบในการเลือกใช้บริการสปาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.10) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ปัญหาของผู้ใช้บริการสปาในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 3.15 3.11 3.09 3.07 3.07 และ 3.05 ตามลำดับ

Independent Study Title The Opinion of Consumer Using Spa Services in Mueang District, Samut Sakhon Province

Author Miss Pornsri Kulsongkunakorn

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecture Dr. Ravi Lonkani

Chairperson

Asst.Prof. Chanin Singrungruang

Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study “The Opinion of Consumer Using spa service in Mueang district, Samut Sakhon province”. The data were collected by structured questionnaires. Total sample of 150 consumers were used and the collected data were analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage and mean.

The results showed that most respondents were female, aged not more than 20 years old, having bachelor degree or equal, they were single, studying and having income not over 10,000 baht.

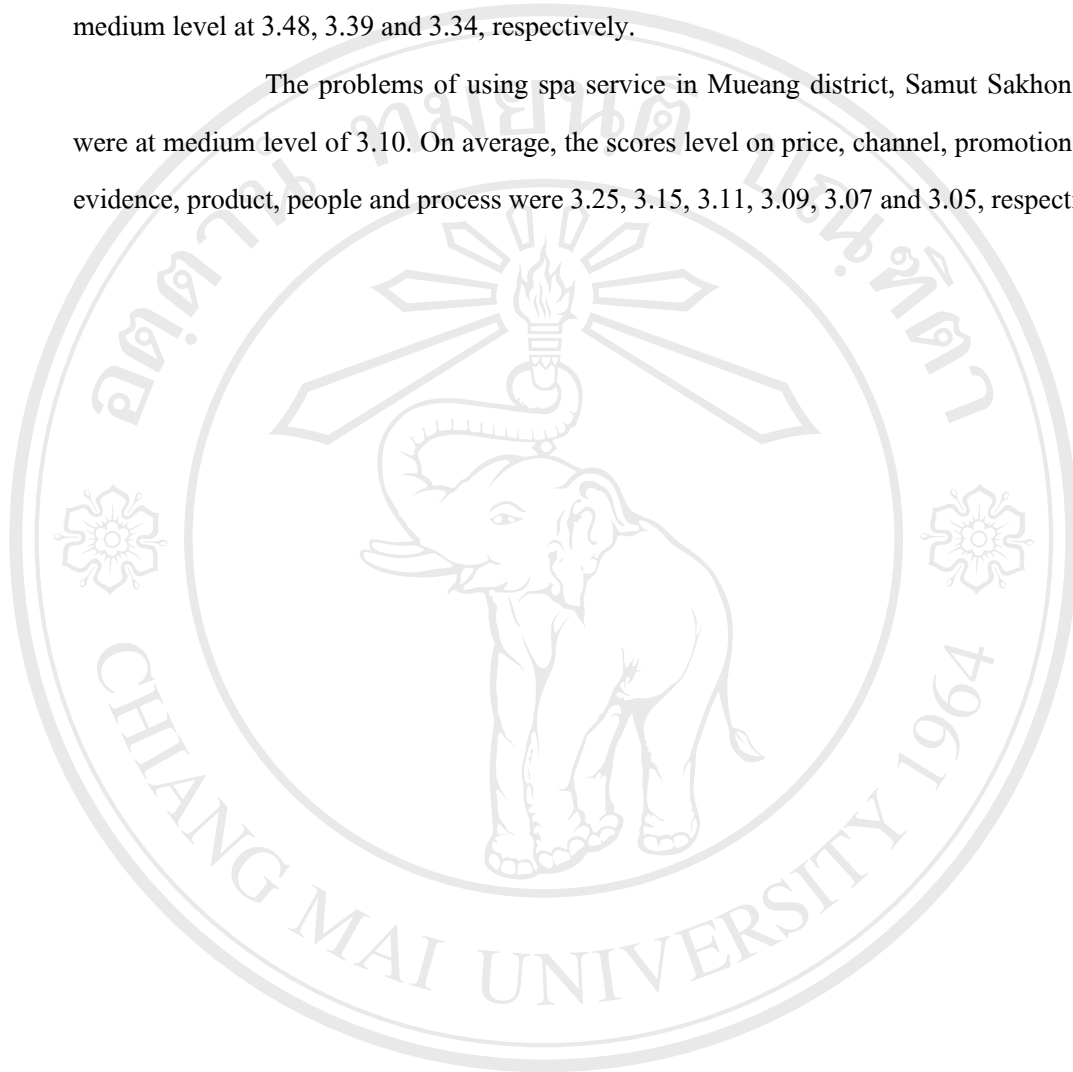
Most respondents knew the information about spa from magazine, most favorite spa activity was massage and they spent the service on average of 2 hours. Frequency of service was 5 times a month on the weekend day. Rational of using was relaxation and skin beauty. They would recommend other people to use spa services.

This study employed the scale of 5 to measure the opinion of consumer and problems relation to the spa service.

Results show that respondents opinion on spa service in Mueang district, Samut Sakhon province was at medium level of 3.54. Regarding physical evidence, and process aspects

were at high level on averaged of 3.68, 3.67 and 3.66 respectively. Regarding the product, promotion, channel and price aspects, it was discovered that customers' satisfaction were medium level at 3.48, 3.39 and 3.34, respectively.

The problems of using spa service in Mueang district, Samut Sakhon province were at medium level of 3.10. On average, the scores level on price, channel, promotion, physical evidence, product, people and process were 3.25, 3.15, 3.11, 3.09, 3.07 and 3.05, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved