

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 150 ราย ผลการศึกษาทั้งหมดแสดงไว้แล้วในบทที่ 4 และสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล การศึกษา และเสนอแนะได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92.7 มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.3 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 86.7 เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 48.7

##### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปา จากนิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 บริการสปาที่ชอบใช้มากที่สุด คือ การนวดตัว คิดเป็นร้อยละ 39.3 โดยใช้เวลาในการรับบริการสปาโดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนมากมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการสปามากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.3 โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการนั้นส่วนมากจะเป็นช่วงเวลาที่ไม่ว่าง คิดเป็นร้อยละ 40.7 ส่วนมากเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการสปาในวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 49.3

ส่วนมากให้เหตุผลที่เข้ามาใช้บริการสปาว่า เพื่อคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 66.6 รองลงมาเพื่อความสวยงามของผิวพรรณ คิดเป็นร้อยละ 40.0 หากมีโอกาสผู้ใช้บริการสปาใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่จะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการสปา คิดเป็นร้อยละ 74.0

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการสปา จำแนกตามอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สปาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล คือ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 47 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการใช้บริการสปา	อาชีพ						
	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
1.แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปา	นิตยสาร	นิตยสาร และคน รู้จัก แนะนำ	นิตยสาร	นิตยสาร	นิตยสาร	นิตยสาร	โทรทัศน์/ วิทยุ
2.บริการสปาที่ชอบใช้บริการ	นวดตัว/ นวดฝ่าเท้า/ เสริมสวย	ขัดผิว	นวดตัว	บำรุงรักษา ผิวพรรณ	นวดตัว	นวดตัว/ นวดฝ่าเท้า	นวดตัว/ นวดฝ่าเท้า/ เสริมสวย/ อื่นๆ
3. เวลาที่ใช้ในการรับบริการสปาแต่ละครั้ง	2 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	2 ชั่วโมง	ไม่แน่นอน	3 ชั่วโมง	2 ชั่วโมง	2 ชั่วโมง
4. ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน	2 ครั้ง/เดือน	1 ครั้ง/เดือน	มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	1 ครั้ง/เดือน	2 ครั้ง/เดือน
5. ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	08.00- 12.00 น.	16.01- 20.00 น.	16.01- 20.00 น.	08.00- 12.00 น.	12.00- 16.00 น.
6. วันที่มาใช้บริการสปา	ไม่แน่นอน	วันหยุด	วันหยุด	ไม่แน่นอน	วันหยุด	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการใช้บริการสปา	อาชีพ						
	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
7. สาเหตุที่มา ใช้บริการสปา	เพื่อคลาย ความเครียด/ ความ สวยงามของ ผิวพรรณ/ บำบัดและ รักษาโรค เกี่ยวกับ กล้ามเนื้อ/ ตามผู้อื่นมา/ พาผู้อื่นมา	เพื่อคลาย ความเครียด	เพื่อคลาย ความเครียด	เพื่อคลาย ความเครียด	เพื่อคลาย ความเครียด	เพื่อคลาย ความเครียด	เพื่อคลาย ความเครียด
8. การแนะนำ ให้บุคคลอื่น ใช้บริการสปา	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ

ตารางที่ 48 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการใช้บริการสปา	ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,001- 30,000 บาท
1.แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปา	นิตยสาร	นิตยสาร	คนรู้จัก แนะนำ	คนรู้จัก แนะนำ	นิตยสาร
2.บริการสปาที่ชอบใช้บริการ	นวดตัว	นวดตัว	นวดตัว	บำรุงรักษา ผิวพรรณ	บำรุงรักษา ผิวพรรณ/ขัด ผิว/อบตัวด้วย ความร้อน หรือไอน้ำ
3. เวลาที่ใช้ในการรับบริการสปาแต่ละครั้ง	1 ชั่วโมง	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	2 ชั่วโมง	4 ชั่วโมง/ มากกว่า 4 ชั่วโมง
4. ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน	1 ครั้ง/เดือน	มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	4 ครั้ง/ มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน
5. ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	16.01-20.00 น.	08.00-12.00 น.	08.00-12.00 / 21.00-24.00 น.
6. วันที่มาใช้บริการสปา	ไม่แน่นอน	วันหยุด	วันหยุด	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน
7. สาเหตุที่มาใช้บริการสปา	เพื่อคลาย ความเครียด	เพื่อคลาย ความเครียด	เพื่อคลาย ความเครียด/ ความสวยงาม ของผิวพรรณ/ บำบัดและ รักษาโรค เกี่ยวกับ กล้ามเนื้อ	เพื่อคลาย ความเครียด/ ความสวยงาม ของผิวพรรณ/ บำบัดและ รักษาโรค เกี่ยวกับ กล้ามเนื้อ	เพื่อคลาย ความเครียด/ ความสวยงาม ของผิวพรรณ/ มีคนแนะนำ
8. การแนะนำให้บุคคลอื่นใช้บริการสปา	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ	แนะนำ

#### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากเป็นอันดับ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.67) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.40) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.39) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.34) ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษิตตามปัจจัยแต่ละด้านเรียงตามลำดับ ได้ดังนี้

##### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ภายในมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้หนังพนัก และห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน) มีระบบรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีห้องที่ให้บริการเป็นสัดส่วน มีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีห้องที่ให้บริการกว้างขวาง สะดวกสบาย และวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน) มีห้องที่ให้บริการจำนวนมากไม่ต้องนั่งรอ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีห้องที่ให้บริการสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.58)

##### ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรโดยภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.79) พนักงานมีความสุขภาพ มารยาทดีและมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.73 เท่ากัน) พนักงานมีประสบการณ์ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) พนักงานให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.66 เท่ากัน) พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคและมีความซื่อสัตย์ สามารถให้ความไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.65 เท่ากัน) และพนักงานสนใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56)

##### ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการโดยภาพรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีขั้นตอนการให้บริการถูกต้องได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีระยะเวลาเปิดที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีพนักงานไว้คอยบริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

#### **ด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการหลากหลายครบวงจร เช่น ห้องอบเซาหร่าน่า นวดเท้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีเสื้อผ้าที่สะอาดไว้ให้ผลัดเปลี่ยน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเครื่องดื่มน้ำบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีบริการรับจองคิวล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) เป็นร้านที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.41) และเป็นร้านที่เปิดบริการมานาน (ค่าเฉลี่ย 3.37)

#### **ด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ดังนี้ การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีโปรโมชั่นพิเศษแพ็คเกจ (ค่าเฉลี่ย 3.45) คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.42) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.40) การโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการโฆษณาผ่านสื่อทางหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23)

#### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนสาขามาก และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41 เท่ากัน) สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.39 เท่ากัน) และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

#### **ด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา โดยภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คิดราคาต่อคอร์สเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.37) และคิดราคาต่อชั่วโมง ราคาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปาไม่แพง ราคาค่าบริการไม่แพง (ค่าเฉลี่ย 3.33 เท่ากัน)

### ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการสปา

จากผลการศึกษา ปัญหาที่พบในการใช้บริการสปาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) โดยสามารถจำแนกปัญหาในแต่ละด้านได้ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) โดยปัญหาอันดับ 1 คือ การไม่มีบริการครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.17)

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัญหาด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยปัญหาอันดับ 1 คือ คิรราคาต่อคอร์สเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.31)

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัญหาอันดับ 1 คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) โดยปัญหาอันดับ 1 คือ พนักงานไม่แจ้งให้ทราบว่ามีบริการเปิดรับสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

#### ด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัญหาด้านบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) โดยปัญหาอันดับ 1 คือ พนักงานเลือกให้บริการไม่เท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.21)

#### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) โดยปัญหาอันดับ 1 คือ ห้องที่ให้บริการไม่สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.20)

#### ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัญหาด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยปัญหาอันดับ 1 คือ ให้บริการช้า (ค่าเฉลี่ย 3.17)

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสปาที่มีพฤติกรรมการใช้บริการสปา ดังนี้ ส่วนมากรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากนิตยสารมากที่สุด บริการสปาที่ชอบใช้มากที่สุด คือ การนวดตัว โดยเมื่อเข้ามาใช้บริการสปาแต่ละครั้งจะใช้เวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง และจะมีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการสปามากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน สำหรับช่วงเวลาที่ใช้บริการนั้นส่วนมากจะเป็นช่วงเวลาที่ไม่นอน ส่วนมากเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการสปาในวันหยุด ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ซึ่งพบว่าผู้บริโภคชาวไทยมีพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนโบราณโดยมีความถี่ในการใช้บริการ 1-4 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาและวันที่มาใช้บริการไม่นอน ส่วนใหญ่มารับบริการเป็นเวลา 2 ชั่วโมง และผลการศึกษาของวิภาพร มหาชัย (2544) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่สนใจบริการสปาแบบนวดแผนโบราณและการนวดน้ำมันหอมระเหย โดยเฉลี่ยจะใช้เวลาในการใช้บริการสปาโดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้ง

เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการสปามากที่สุด คือ เพื่อคลายความเครียดมากกว่าเหตุผลอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ที่พบว่าผู้บริโภคชาวไทยเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณด้วยเหตุผลเพื่อความคลายเครียด และผลการศึกษาของวิภาพร มหาชัย (2544) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกใช้บริการสปาด้วยเหตุผลเพื่อผ่อนคลายความเครียด เช่นเดียวกับผลการศึกษาของศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสปา ด้วยเหตุผลเพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดเช่นเดียวกัน

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการใช้บริการสปาเรียงจากความสำคัญได้ดังนี้**

**ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่**

**ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ ภายใน สปา มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้นึ่งพัก และห้องน้ำ มีระบบรักษาความปลอดภัย มีห้องที่ให้บริการเป็นสัดส่วน มีความเป็นส่วนตัว มีห้องที่ให้บริการกว้างขวาง สะดวกสบาย และวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้มีคุณภาพ มีห้องที่ให้บริการจำนวนมากไม่ต้องนั่งรอ และมีห้องที่ให้บริการสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากที่สุด คือ สถานที่สะอาด



**ด้านบุคลากร** ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีการแต่งกายเหมาะสม มีความสุภาพ มารยาทดีและมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีประสบการณ์ในการให้บริการ สามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคและมีความซื่อสัตย์ สามารถให้ความไว้วางใจได้ สนใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ซึ่งพบว่า ปัจจัยบุคคลที่ผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญมาก ได้แก่ พูดยาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวัง สุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

**ด้านกระบวนการ** ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยภาพรวมในระดับมาก ได้แก่ มีขั้นตอนการให้บริการถูกต้องได้มาตรฐาน มีระยะเวลาเปิดที่แน่นอน ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน มีพนักงานไว้คอยบริการอย่างเพียงพอ และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ในขณะที่ผลการศึกษาของศรีสุดา ชัยชนะ (2546) พบว่า ผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการมากในด้านการจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีบริการหลากหลายครบวงจร เช่น ห้องอบเซาน้ำนวดเท้า เป็นต้น มีเสื้อผ้าที่สะอาดไว้ให้ผลัดเปลี่ยน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุชาวดี สุทธิคุณ (2542) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ดังนี้ การประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ มีโปรโมชั่นพิเศษแพ็คเกจ คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ มีการให้ส่วนลด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ซึ่งพบว่าผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีจำนวนสาขามาก และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ลูกค้า สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ

**ด้านราคา** ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คิตรายาคต่อคอร์สเหมาะสม และคิตรายาคต่อชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของสุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ซึ่งผลการศึกษานี้พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ การคิตรายาคต่อชั่วโมง

**ปัญหาที่พบในการใช้บริการสปา จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ**  
 ผลการศึกษานี้พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยภาพรวมมีปัญหาในระดับปานกลาง โดยเรียงตามระดับปัญหาจากมากไปน้อยตามปัจจัยต่างๆ ได้แก่

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านราคาโดยภาพรวมว่ามีปัญหาในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่เห็นว่าเป็นปัญหามากเป็นอันดับ 1 คือ คิตรายาคต่อคอร์สเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของสุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ซึ่งพบว่า ปัญหาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบด้านราคา คือ การคิดค่าบริการเพิ่มชั่วโมง ถึงแม้ว่าจะใช้บริการไม่เต็มชั่วโมง

**ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ใช้บริการมีความเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายว่าเป็นปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่เห็นว่าเป็นปัญหามากอันดับ 1 คือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ซึ่งพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกในที่จอดรถในระดับมาก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดว่าเป็นปัญหาในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่เห็นว่าเป็นปัญหาที่มากเป็นอันดับ 1 คือ ปัญหาพนักงานไม่แจ้งให้ทราบว่ามีการเปิดรับสมัครเพื่อรับสิทธิพิเศษ รongลงมา คือ ปัญหาข่าวและการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของสุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ซึ่งพบว่า ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ การไม่มีการส่งเสริมการขาย คือ การไม่มีส่วนลด

**ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพว่าเป็นปัญหาในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่เห็นว่าเป็นปัญหามากอันดับ 1 คือ ปัญหาห้องที่ให้บริการไม่สะอาด รongลงมา คือ มีห้องที่ให้บริการแคบทำให้รู้สึกอึดอัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานี้ของสุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมว่ามีปัญหาในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่เห็นว่าเป็นปัญหามากเป็นอันดับ 1 คือ การไม่มีบริการครบวงจร รองลงมา คือ เป็นร้านที่เพิ่งจะเปิดให้บริการซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุชาติ สุทธิคณิง (2542) ซึ่งพบว่าปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ การที่ร้านเพิ่งจะเปิดให้บริการ จึงไม่แน่ใจว่าจะมีบริการที่ดี

**ปัญหาด้านบุคลากร** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านบุคลากรว่าเป็นปัญหาในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่เห็นว่าเป็นปัญหามากอันดับ 1 คือ ปัญหาพนักงานเลือกให้บริการไม่เท่าเทียมกัน รองลงมา คือ ปัญหาพนักงานไม่ได้ให้คำปรึกษาอย่างถูกต้อง ในขณะที่ผลการศึกษาของสุชาติ สุทธิคณิง (2542) พบว่า ปัญหาด้านบุคคลและบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านพนักงานนัดและพนักงานต้อนรับขอโทษจากลูกค้า

**ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาด้านกระบวนการโดยภาพรวมเห็นว่าเป็นปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่เห็นว่าเป็นปัญหามากอันดับ 1 คือ ปัญหาให้บริการช้า รองลงมา คือ มีพนักงานไว้คอยบริการน้อย

### 5.3 ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาใน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีข้อค้นพบดังนี้

#### ด้านพฤติกรรมผู้ให้บริการสปา พบว่า

1. ผู้ใช้บริการสปาเกือบทุกกลุ่มอาชีพรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากนิตยสาร โดยกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา รับจากนิตยสารและคนรู้จักแนะนำ กลุ่มอาชีพอื่นๆ รับข้อมูลสปาจากโทรทัศน์/วิทยุ
2. ผู้ใช้บริการสปาที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ชอบใช้บริการขัดผิว ผู้ใช้บริการสปาที่เป็นพนักงานบริษัท ชอบใช้บริการบำรุงรักษาผิวหน้า
3. ผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทใช้เวลาในการรับบริการสปาแต่ละครั้งไม่แน่นอน
4. ผู้ใช้บริการที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป มีความถี่ในการใช้บริการสปามากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน
5. ผู้ใช้บริการที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาไม่แน่นอน

6. ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มาใช้บริการสปาในวันหยุด
7. ผู้ใช้บริการสปาทุกกลุ่มอาชีพและกลุ่มรายได้ให้เหตุผลที่มาใช้บริการสปาว่า เพื่อผ่อนคลายความเครียด
8. ผู้ใช้บริการสปาทุกกลุ่มอาชีพและกลุ่มรายได้ส่วนใหญ่จะแนะนำให้ผู้บริโภคอื่นใช้บริการสปา

ด้านความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับมาก 3 ปัจจัย เรียงตามลำดับดังนี้

1. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมาก ผู้ใช้บริการต้องการให้มีการจัดสภาพแวดล้อมภายในร้านสปาให้มีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งสวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้นึ่งพัก และห้องน้ำ
2. ด้านบุคลากร มีความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ให้บริการต้องการให้พนักงานมีการแต่งกายเหมาะสม
3. ด้านกระบวนการ มีความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ให้บริการต้องการให้มีขั้นตอนการให้บริการถูกต้องได้มาตรฐาน

ปัญหาที่พบในการใช้บริการสปา เรียงตามลำดับปัญหา คือ

1. ด้านราคา ปัญหาที่พบคือ คิตรายาคู่คอร์สไม่เหมาะสม
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาที่พบคือ มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่พบคือ พนักงานไม่แจ้งให้ทราบว่ามีการเปิดรับสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ
4. ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัญหาที่พบคือ ห้องที่ให้บริการไม่สะอาด
5. ด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่พบคือ การไม่มีบริการครบวงจร
6. ด้านบุคลากร ปัญหาที่พบคือ พนักงานเลือกให้บริการไม่เท่าเทียมกัน
7. ด้านการกระบวนการ ปัญหาที่พบคือ การให้บริการช้า

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบข้างต้นสามารถหาข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปาได้ดังนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญกับการให้บริการแบบครบวงจร สถานบริการสปาจึงควรมีการเปิดบริการแบบครบวงจร เพื่อให้ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการได้รับความพึงพอใจอย่างเต็มที่ และได้มีทางเลือกในการรับบริการมากขึ้น

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ชอบใช้บริการสปาประเภทนวดตัว ร้านสปาจึงควรคัดสรรพนักงานที่มีฝีมือและประสบการณ์ นอกจากการนวดตัวแล้ว ผู้ใช้บริการยังชอบใช้บริการเกี่ยวกับความสวยความงาม เช่น การขัดผิว และบำรุงผิวพรรณ ร้านสปาจึงควรเน้นคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนเครื่องสำอางประเภทต่างๆ ให้มีคุณภาพ โดยควรคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้ามากที่สุด

ร้านสปาควรมีการจัดคอร์สการให้บริการประเภทต่างๆ ทั้งระยะสั้น สำหรับผู้ที่มียาได้น้อย และระยะยาวแบบแพ็คเกจรายเดือนสำหรับผู้ที่ใช้บริการสปามากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน

##### ด้านราคา

ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการคิดราคาต่อชั่วโมงในระดับมาก ดังนั้นสถานบริการสปา ควรมีการกำหนดราคาต่อชั่วโมง หรือต่อคอร์สที่เหมาะสมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่เอาเปรียบผู้ใช้บริการจนเกินไป เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและเป็นธรรมแก่ทั้งผู้ใช้บริการและร้านสปา ควรมีเอกสารหรือโบรชัวร์ชี้แจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายทุกอย่างที่ชัดเจนให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบก่อนรับบริการ และพนักงานควรทำความเข้าใจเรื่องค่าใช้จ่ายให้ตรงกับลูกค้าด้วย

##### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปา โดยจะเลือกร้านที่มีที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ผู้ประกอบการจึงควรหาทำเลที่ตั้งที่หาได้ง่าย เดินทางสะดวก อยู่ในแหล่งชุมชน เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และควรจัดหาที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอสำหรับลูกค้า สำหรับร้านสปาที่ไม่ได้อยู่ในแหล่งชุมชน ก็ควรจัดหาจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของร้าน เพื่อนำมาใช้ดึงดูดลูกค้า เช่น เป็นร้านสปาที่ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่งดงาม เงียบ สงบ เหมาะแก่การพักผ่อน

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสปาจากนิตยสาร ดังนั้นร้านสปาจึงควรเลือกลงโฆษณาในนิตยสารที่ตนให้ความสนใจ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างหนึ่งคือ พนักงานไม่แจ้งให้ทราบว่ามีการเปิดรับสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ ดังนั้นร้านสปาควรทำการประชาสัมพันธ์ไปอย่างกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างครอบคลุมและทั่วถึง เช่น การแจกแผ่นพับ การเขียนป้ายติดไว้หน้าร้าน และควรกำชับให้พนักงานของร้านแจ้งให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทราบทุกครั้งเมื่อมีโปรโมชั่นพิเศษ โดยอาจจะกระตุ้นพนักงานของร้านโดยการให้เปอร์เซ็นต์จากการขาย

รูปแบบการส่งเสริมการตลาด คือ ควรจัดทำโปรโมชั่นด้วยการให้ส่วนลด การจัดทำระบบสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ จัดทำแพ็คเกจรายเดือนสำหรับผู้ที่มีความถี่ในการใช้บริการสูง เนื่องจากผู้ใช้บริการจะมาใช้บริการกันในวันและเวลาที่ไม่นั่นนอน หรือในวันหยุด ซึ่งอาจทำให้ในวันธรรมดามีคนมาใช้บริการน้อย จึงอาจทำโปรโมชั่นสำหรับการใช้บริการในวันธรรมดาหรือช่วงเวลาที่มีคนมาใช้บริการน้อยเป็นพิเศษ เช่น มีส่วนลด หรือมีของแถมของแถมเป็นพิเศษให้

### ด้านบุคลากร

ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากกับพนักงานของร้านสปา ดังนั้นร้านสปาควรให้ความสำคัญอย่างมากในการรับพนักงานเข้ามาทำงาน ควรคัดเลือกคนที่มีบุคลิกภาพดี สุภาพ มีมารยาทดี มีทักษะหรือความสามารถในการอธิบายข้อมูลให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ร้านสปาควรจัดฝึกอบรมให้พนักงานทุกคนในร้านยึดหลักปฏิบัติงานแบบเดียวกัน คือ บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน พยายามเข้าใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

การแต่งกายของพนักงานก็เป็นสิ่งสำคัญมาก ร้านสปาควรมีการจัดทำยูนิฟอร์มสำหรับพนักงานทุกคน เพื่อให้ดูสวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อย นอกจากนี้ยังช่วยให้มองเห็นได้ชัดเจนต่างจากลูกค้าทั่วไปอีกด้วย

### ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ใช้บริการสปาให้ความสำคัญในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด ในบรรดาปัจจัยทั้งหมด ร้านสปาจึงควรเน้นในเรื่องของการตกแต่งร้านสปาให้ดูสวยงาม มีเอกลักษณ์ สะอาดตาตั้งแต่หน้าร้าน ไปจนถึงบริเวณภายในร้านและสภาพแวดล้อมทั่วไปของร้าน

และที่สำคัญร้านสปาต้องให้ความสำคัญและใส่ใจในเรื่องความสะอาดของสถานที่ทั้งภายในและโดยรอบบริเวณสปา เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือ

ร้านสปาควรมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับลูกค้า เช่น เก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือรอคิว ห้องน้ำ โดยควรจัดเตรียมไว้ให้เพียงพอกับจำนวนของลูกค้า และนอกจากนี้ควรมีการเตรียมเครื่องดื่มไว้บริการลูกค้าด้วย

#### ด้านการกระบวนกร

ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับขั้นตอนการให้บริการต่างๆ มาก ร้านสปาจึงควรสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยการให้บริการอย่างมีขั้นตอนที่ได้มาตรฐาน

ความรวดเร็วทันใจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการจากร้านสปา ดังนั้นร้านสปาจึงควรมีการจัดเตรียมจำนวนห้อง และจำนวนพนักงานที่เพียงพอ เพื่อให้สามารถรองรับกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรให้บริการด้วยความรวดเร็วทันใจ แต่รักษาคุณภาพของการให้บริการไว้ ไม่ควรให้ลูกค้ารอนานจนเกินไป เพราะจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ไม่ดีกับสถานบริการ ระหว่างที่ลูกค้านั่งรอควรมีการเตรียมเครื่องดื่มมาบริการลูกค้า ควรมีมุมหนังสือไว้ให้ลูกค้านั่งอ่านเพื่อฆ่าเวลา โดยอาจจะจัดทำหนังสือแคตตาล็อกเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการแบบต่างๆ ของร้านสปา เพื่อให้ลูกค้าได้อ่านศึกษาข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนเข้ารับบริการ

#### 5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาในพื้นที่อื่นๆ ทั้งในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดอื่นๆ เนื่องจากผู้ใช้บริการในแต่ละพื้นที่อาจจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป โดยควรจะศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรม ความพึงพอใจ และทัศนคติของผู้ใช้บริการสปา เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาหาข้อเสนอแนะสำหรับร้านสปา เพื่อจะได้ปรับปรุงสถานบริการสปาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคต