

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 275 ราย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ประเภทของบริการสปาเพื่อสุขภาพที่ใช้ประจำคือ นวดแผนไทย มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 16.01-20.00 น. มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อพักผ่อนคลายเครียด

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัยตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถสรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 77 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพลำดับแรก

ลำดับ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
1	ปัจจัยด้านบุคคล	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ
2	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ
3	ปัจจัยด้านราคา	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจ กำหนดไว้ชัดเจน
4	ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับผู้ไปใช้บริการ
5	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการลูกค้าแต่ละราย
6	ปัจจัยด้านกระบวนการ	ขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็ว
7	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย

จากตารางที่ 77 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับดังนี้

**ปัจจัยด้านบุคคล** ปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ปัจจัยย่อยเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านราคา** ปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจนมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย** ปัจจัยย่อยเรื่องเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสอดคล้องกับผู้ไปใช้บริการมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ปัจจัยย่อยเรื่องความสะดวกของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการลูกค้าแต่ละรายมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนการให้บริการสะดวกรวดเร็วมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ปัจจัยย่อยเรื่องมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปาเพื่อสุขภาพ 2 แพ้คเกจจะได้รับแถมอีก 1 แพ้คเกจฟรีมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม**  
จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาในระดับปานกลางทุกด้านตามลำดับดังนี้ ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ปัญหาด้านบุคคล ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านกระบวนการ ปัญหาด้านราคา และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถสรุปลำดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการที่พบจากการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 78 แสดงลำดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการและปัญหาย่อยที่พบจากการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพลำดับแรก

ลำดับ	ปัญหาส่วนประสมทางการตลาด	ปัญหาย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
1	ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	ห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัว
2	ปัญหาด้านบุคคล	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ
3	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
4	ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
5	ปัญหาด้านกระบวนการ	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไป
6	ปัญหาด้านราคา	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม
7	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย

จากตารางที่ 78 พบว่า ปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการที่พบจากการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามตามลำดับดังนี้

**ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ปัญหาย่อยเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัวมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านบุคคล** ปัญหาย่อยเรื่องพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ปัญหาย่อยเรื่องเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์มีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย** ปัญหาย่อยเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ปัญหาย่อยเรื่องใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไปมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านราคา** ปัญหาย่อยเรื่องอัตราค่าบริการไม่เหมาะสมมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาย่อยเรื่องไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขายมีความสำคัญเป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนาและปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

#### 4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 79 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
เพศชาย	เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ ลูกค้ายินแต่ละราย	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
หญิง	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการ ลูกค้ายินแต่ละราย	เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการไม่มีความปลอดภัย และเครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
อายุไม่เกิน 30 ปี	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการ ลูกค้ายินแต่ละราย	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
31-40 ปี	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการ ลูกค้ายินแต่ละราย	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์

ตารางที่ 79 (ต่อ) แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
41-50 ปี	เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ ลูกค้ายในแต่ละราย	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
มากกว่า 50 ปี	เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ ลูกค้ายในแต่ละราย	ไม่มีรายการในบริการสปาเพื่อสุขภาพที่ตรงกับความต้องการ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการ ลูกค้ายแต่ละราย	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
10,001-30,000 บาท	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการ ลูกค้ายแต่ละราย	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
30,001-50,000 บาท	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการ ลูกค้ายแต่ละราย	เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์
มากกว่า 50,000 บาท	ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการ ลูกค้ายแต่ละราย	ไม่มีรายการในบริการสปาเพื่อสุขภาพที่ตรงกับความต้องการ

#### จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการลูกค้ายในแต่ละรายเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามหญิงให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น

ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการลูกค้าแต่ละรายเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์เป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการไม่มีความปลอดภัย และเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์เป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามอายุ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการลูกค้าแต่ละรายเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการลูกค้าในแต่ละรายเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์เป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องไม่มีรายการในบริการสปาเพื่อสุขภาพที่ตรงกับความต้องการเป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการลูกค้าแต่ละรายเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์เป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องไม่มีรายการในบริการสปาเพื่อสุขภาพที่ตรงกับความต้องการเป็นลำดับแรก

#### 4.2 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 80 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านราคาที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
เพศ ชาย	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจเหมาะสม	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม
หญิง	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม
อายุ ไม่เกิน 30 ปี	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม
31-40 ปี	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม
41-50 ปี	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน	ไม่มีราคากำหนดในแต่ละรายการ บริการที่ชัดเจน และอัตราค่าบริการไม่เหมาะสม
มากกว่า 50 ปี	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน และอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจเหมาะสม	ไม่สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน และอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจเหมาะสม	ไม่มีราคากำหนดในแต่ละรายการ บริการที่ชัดเจน
10,001-30,000 บาท	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม



**ตารางที่ 80 (ต่อ)** แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านราคาที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
30,001-50,000 บาท	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน และอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจเหมาะสม	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม
มากกว่า 50,000 บาท	อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/ แพ็คเกจเหมาะสม	อัตราค่าบริการไม่เหมาะสม

#### จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจเหมาะสมเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจนเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องอัตราค่าบริการไม่เหมาะสมเป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามอายุ

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจนเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน และอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจเหมาะสมเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องอัตราค่าบริการไม่เหมาะสมเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องไม่มีราคากำหนดในแต่ละรายการบริการที่ชัดเจน และอัตราค่าบริการไม่เหมาะสมเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องไม่สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตเป็นลำดับแรก

**จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน และอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจเหมาะสมเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจนเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจเหมาะสมเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องอัตราค่าบริการไม่เหมาะสมเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องไม่มีราคากำหนดในแต่ละรายการบริการที่ชัดเจนเป็นลำดับแรก

### 4.3 ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 81 แสดงปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
เพศ ชาย	เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการ	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
หญิง	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง และเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการ	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
อายุ ไม่เกิน 30 ปี	เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการ	สถานที่ตั้งของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความสะดวกในการเดินทาง
31-40 ปี	เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการ	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
41-50 ปี	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
มากกว่า 50 ปี	สามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์	สถานที่ตั้งของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความสะดวกในการเดินทาง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท	เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการ	สถานที่ตั้งของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่สามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์ได้

ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
10,001-30,000 บาท	เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการ	สถานที่ตั้งของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความสะดวกในการเดินทาง
30,001-50,000 บาท	สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง และเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการ	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ
มากกว่า 50,000 บาท	มีสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ

#### จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง และเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการเป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอเป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญในเรื่องเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทางเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องสามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์เป็นลำดับแรก

ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องสถานที่ตั้งของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ

ไม่มีความสะดวกในการเดินทางเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอเป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง และเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ใช้บริการเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องมีสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องสถานที่ตั้งของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และไม่สามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์ได้เป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องสถานที่ตั้งของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความสะดวกในการเดินทางเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอเป็นลำดับแรก

#### 4.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 82 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
เพศ ชาย	มีการให้ส่วนลดโดยการสะสมคะแนนจากการใช้บริการ	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย
หญิง	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย
อายุ ไม่เกิน 30 ปี	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย
31-40 ปี	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย
41-50 ปี	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย	ไม่มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด
มากกว่า 50 ปี	มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติของสปาเพื่อสุขภาพและการบริการ	ไม่มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท	มีการลงโฆษณาในนิตยสารเพื่อสุขภาพ มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย
10,001-30,000 บาท	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย
30,001-50,000 บาท	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย	ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย
มากกว่า 50,000 บาท	มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย	ไม่มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติของสปาเพื่อสุขภาพและการบริการ

##### จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องมีการให้ส่วนลดโดยการสะสมคะแนนจากการใช้บริการเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ชื้อบริการสปาเพื่อสุขภาพ 2 แพ็คเกจจะได้รับแถมอีก 1 แพ็คเกจฟรีเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่อง ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขายเป็นลำดับแรก

**จำแนกตามอายุ**

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปาเพื่อสุขภาพ 2 แพ็คเกจจะได้รับแถมอีก 1 แพ็คเกจฟรีเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องมีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสปาเพื่อสุขภาพและการบริการเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่อง ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขายเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่อง ไม่มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดเป็นลำดับแรก

**จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปาเพื่อสุขภาพ 2 แพ็คเกจจะได้รับแถมอีก 1 แพ็คเกจฟรีเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องมีการลงโฆษณาในนิตยสารเพื่อสุขภาพ มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปาเพื่อสุขภาพ 2 แพ็คเกจจะได้รับแถมอีก 1 แพ็คเกจฟรี และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่อง ไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขายเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่อง ไม่มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสปาเพื่อสุขภาพและการบริการเป็นลำดับแรก

#### 4.5 ปัจจัยด้านบุคคล

ตารางที่ 83 แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านบุคคลที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านบุคคลที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
เพศ ชาย	พนักงานนวด/บำบัดมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ
หญิง	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ
อายุ ไม่เกิน 30 ปี	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ
31-40 ปี	พนักงานนวด/บำบัดมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ
41-50 ปี	สถานบริการสปามีการคัดเลือกเฉพาะพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญ	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ
มากกว่า 50 ปี	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานมีการแต่งกายไม่เรียบร้อยไม่เหมาะสม
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท	พนักงานนวด/บำบัดมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ
10,001-30,000 บาท	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ



ตารางที่ 83 (ต่อ) แสดงปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านบุคคลที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านบุคคลที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
30,001-50,000 บาท	พนักงานนวด/บำบัดมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ	พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญ
มากกว่า 50,000 บาท	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

#### จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานนวด/บำบัดมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญเป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามอายุ

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานนวด/บำบัดมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องสถานบริการสปาที่มีการคัดเลือกเฉพาะพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องพนักงานไม่

มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานมีการแต่งกายไม่เรียบร้อยไม่เหมาะสมเป็นลำดับแรก

**จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**ปัจจัยด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานนวด/บำบัดมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านบุคคล** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นลำดับแรก

#### 4.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตารางที่ 84 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านกระบวนการที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
เพศ ชาย	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
หญิง	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
อายุ ไม่เกิน 30 ปี	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
31-40 ปี	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
41-50 ปี	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
มากกว่า 50 ปี	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท	มีการตรวจสอบสุขภาพก่อนเข้ารับบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถใช้บริการได้	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
10,001-30,000 บาท	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
30,001-50,000 บาท	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป
มากกว่า 50,000 บาท	ขั้นตอนการใช้บริการสะดวก รวดเร็ว	ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการ นานเกินไป

**จำแนกตามเพศ**

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็วเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไปเป็นลำดับแรก

**จำแนกตามอายุ**

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในเรื่องขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็วเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไปเป็นลำดับแรก

**จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็วเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องมีการตรวจสอบก่อนเข้ารับบริการ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถใช้บริการได้เป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไปเป็นลำดับแรก

#### 4.7 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ตารางที่ 85 แสดงปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและปัญหาที่พบจากการใช้บริการลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก	ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก
เพศ ชาย	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการ สปาไม่สะอาด
หญิง	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับ ลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัว
อายุ ไม่เกิน 30 ปี	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการ สปาไม่สะอาด
31-40 ปี	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับ ลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัว
41-50 ปี	ห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับ ลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว	สถานบริการไม่มีให้บริการเป็น ผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข และบรรยากาศในห้องบริการสปาเพื่อ สุขภาพไม่มีความโปร่งโล่ง
มากกว่า 50 ปี	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	บรรยากาศในห้องบริการสปาเพื่อ สุขภาพไม่มีความโปร่งโล่ง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการ สปาไม่สะอาด
10,001-30,000 บาท	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับ ลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัว
30,001-50,000 บาท	ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับ ลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัว
มากกว่า 50,000 บาท	ห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับ ลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว	บรรยากาศในห้องบริการสปาเพื่อ สุขภาพไม่มีความโปร่งโล่ง

#### จำแนกตามเพศ

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาไม่สะอาดเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามอายุ

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญในเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาไม่สะอาดเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องสถานบริการไม่มีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข และบรรยากาศในห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความโปร่งโล่งเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องบรรยากาศในห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความโปร่งโล่งเป็นลำดับแรก

#### จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับแรก

**ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาไม่

สะอาดเป็นลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับแรก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาเรื่องบรรยากาศในห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพไม่มีความโปร่งโล่งเป็นลำดับแรก

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix หรือ 7P's) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านบุคลิกมีความสำคัญต่อการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ **พิรญา คุปตรัตน์ (2550)** ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ **สมศักดิ์ แก้วสอน (2550)** ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการมีความสำคัญเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ **ชนิดศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550)** ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักษ์สมุนไพร จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก

เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า

**ปัจจัยด้านบุคลิก** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรก คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ สอดคล้องกับงานศึกษาของ **พิรญา คุปตรัตน์ (2550)** ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า พนักงานที่พูดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวัง กิริยามารยาทสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีความสำคัญเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ **สมศักดิ์ แก้วสอน (2550)** ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพใน

จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยมเข้มแข็งใฝ่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักษ์สมุนไพโร จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อพนักงานมีการพูดจาดีเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรญา กุปรัตน์ (2550) ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่า สถานที่ให้บริการมีความสะอาดมีความสำคัญเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงาน ศึกษาของ สมศักดิ์ แก้วสอน (2550) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้ บริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สถานที่สะอาดและตกแต่งสวยงามเป็นธรรมชาติ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักษ์สมุนไพโร จังหวัด ลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความสะอาดของบริเวณสถานที่โดยรวมเป็น ลำดับแรก

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดย ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรก คือ อัตราค่าบริการ สปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ ชัดเจน ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรญา กุปรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า การกำหนด ราคาแบบแพ็คเกจที่เหมาะสมมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ สมศักดิ์ แก้วสอน (2550) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพใน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ราคาไม่สูงเกินไปมีความสำคัญเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงาน ศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อ สุขภาพของบริษัทลำปางรักษ์สมุนไพโร จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ต่ออัตราค่าบริการพอกผิวหน้าผิวกายด้วยโคลนสมุนไพโรเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรก คือ เวลาในการเปิด-ปิดสถาน บริการเพื่อสุขภาพสะดวกกับผู้ไปใช้บริการ ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรญา กุปรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า สถานที่ตั้งที่อยู่ในแหล่งชุมชน มีความสะดวกในการเดินทางมี



ความสำคัญเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ สมศักดิ์ แก้วสอน (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีสถานที่จอตลอดสะดวกและปลอดภัยมีความสำคัญเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักย์สมุนไพโร จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อเวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการ 08:00 – 19:00 น.เป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรก คือ ความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการลูกค้าแต่ละราย ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรญา คุปตรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า มีการให้บริการนวดน้ำมันอโรมา มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ สมศักดิ์ แก้วสอน (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นวดอะโรมาเธอราพีมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักย์สมุนไพโร จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการพอกผิวหน้าผิวกายด้วยโคลนสมุนไพโรเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรก คือ ขั้นตอนการให้บริการสะดวกรวดเร็ว ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรญา คุปตรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า มีป้ายอธิบายให้ลูกค้าได้เห็นผลิตภัณฑ์และราคาของแต่ละแพคเกจที่ให้บริการได้อย่างชัดเจนมีความสำคัญเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักย์สมุนไพโร จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความตรงต่อเวลาในการให้บริการเป็นลำดับแรก

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรก คือ มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปาเพื่อสุขภาพ 2 แพคเกจจะได้รับแถมอีก 1 แพคเกจฟรี ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรญา คุปตรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า สถานประกอบการมีการนำเสนอเอกสาร/คู่มือ

แนะนำเกี่ยวกับสปาและมีพนักงานชายคอยแนะนำสินค้าและบริการมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ สมศักดิ์ แก้วสอน (2550) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจมีความสำคัญเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักย์สมุนไพร์ จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเรื่องสามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการได้เป็นลำดับแรก

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบจากการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพลำดับแรก คือ ใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไป ไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ พิรญา คุปตรัตน์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาการบริการมีราคาสูงเกินไปเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักย์สมุนไพร์ จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาไม่มีเสียงเพลงบรรเลงขณะรับบริการเป็นลำดับแรก

#### ข้อค้นพบ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.73 มีช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 45.46 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 41.09 ซึ่งสามารถกำหนดเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ และบริการสปาที่ผู้บริโภคใช้บริการเป็นประจำ 3 ลำดับแรกคือ นวดแผนไทย นวดฝ่าเท้า และนวดอโรมา

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องความสะอาดของเครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม มีการเปลี่ยนชุดใหม่ทุกครั้งหลังการให้บริการลูกค้าแต่ละราย ปัจจัยด้านราคาในเรื่องอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจกำหนดไว้ชัดเจน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องขั้นตอนให้บริการสะดวก รวดเร็ว และปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ/ห้องที่ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพเป็นลำดับแรก

ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพพบว่า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาในเรื่องอัตราค่าบริการไม่เหมาะสม ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย ปัญหาด้านกระบวนการในเรื่องใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไป ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัวเป็นลำดับแรก

### ข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ ที่มีการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นผู้บริโภคเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการ ดังนี้

ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขั้นในรูปแบบ “สปาเพื่อการบำบัดที่คุณสามารถเลือกได้”

### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เครื่องใช้ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี คงความอ่อนนุ่มไม่แข็งกระด้างแม้ผ่านการซักทำความสะอาดหลายครั้ง มีการปัก/พิมพ์ชื่อหรือสัญลักษณ์ของสถานบริการสปาบนเครื่องใช้ประเภทผ้าเพื่อสร้างการจดจำให้กับผู้ใช้บริการ

เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นเพศหญิง ควรมีบริการสปาที่เกี่ยวกับความสวยความงามด้วย เช่น การบำรุงผิวหน้าผิวกายให้ขาว การขัดและอบตัวด้วยสมุนไพร การทำทรีตเมนต์เพื่อลดเซลลูไลท์ เป็นต้น

การใช้น้ำมันหอมระเหยและวิธีการนวดแนะนำตามธาตุเจ้าเรือนของผู้มาใช้บริการเพื่อบำบัด ผ่อนคลาย หรือช่วยบรรเทาปัญหาสุขภาพที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล เช่น น้ำมันหอมระเหยที่เหมาะสมกับผู้ที่มีธาตุเจ้าเรือนเป็นธาตุน้ำคือ ลาเวนเดอร์และเจอร์ราเนียมซึ่งมีคุณสมบัติช่วยลดความดันโลหิตสูง บรรเทาอาการนอนไม่หลับและผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และวิธีการนวดที่เหมาะสมกับธาตุน้ำคือการใช้หน้าหนักการนวดปานกลางและนวดเอื่อยๆ เหมือนน้ำไหล เป็นต้น หลังจากการนวดแล้วควรแนะนำในเรื่องการอบไอน้ำสมุนไพร ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติทั้งหมดไม่มีสารเคมีเจือปน

### กลยุทธ์ด้านราคา

การกำหนดอัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภท/แพ็คเกจต้องเหมาะสมกับคุณค่าและคุณภาพการบริการที่ลูกค้าได้รับ ควรมีหลายแพ็คเกจหลายระดับราคาให้เลือก และต้องมีการแจ้งอัตราค่าบริการให้ลูกค้าทราบก่อนเข้ารับบริการอย่างชัดเจน

### กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการควรจัดทำเว็บไซต์ของสถานบริการสปา ให้ความรู้เกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดบำบัด มีรายละเอียดรูปแบบการให้บริการ ประวัติการอบรมและประสบการณ์การทำงานของพนักงานผู้ให้บริการ ให้ลูกค้าได้พิจารณาตรวจสอบก่อนใช้บริการ ลูกค้าสามารถทำการจองบริการสปาล่วงหน้าผ่านเว็บไซต์โดยเลือกการบริการสปาที่ต้องการ นักบำบัด (Therapist) ผู้ให้บริการ รูปแบบห้อง วัน เวลา จากนั้นสถานบริการสปาจะส่งอีเมลล์กลับหรือโทรศัพท์แจ้งเพื่อยืนยันการจอง ซึ่งลูกค้าที่ทำการจองบริการสปาล่วงหน้าผ่านเว็บไซต์จะได้รับส่วนลดพิเศษ

มีการใช้สื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ในการแจ้งข่าวสารข้อมูลให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ เช่น รายการส่งเสริมการขายประจำเดือน

มีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ติดตามข่าวสารผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น การทนายปัญหา เล่นเกมชิงรางวัลเป็นแพ็คเกจการบริการ เป็นต้น

มีการทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น การสมัครสมาชิกตลอดชีพโดยมีส่วนลดพิเศษในการใช้บริการแต่ละครั้ง

มีการจัดส่งการ์ดอวยพรวันเกิดพร้อมคูปองส่วนลดในการใช้บริการในเดือนเกิด

มีการแจกผลิตภัณฑ์ฟรีเมื่อลูกค้าใช้บริการนวดอโรมาเธอราพีครบ 4 ครั้งภายในระยะเวลา 1 เดือน โดยผลิตภัณฑ์ที่แจกนั้นมีฉลากระบุชื่อ หมายเลขโทรศัพท์ และเว็บไซต์ของสถานบริการสปาเพื่อสร้างความประทับใจและให้ลูกค้าจดจำตราสินค้า

### กลยุทธ์ด้านกระบวนการ

เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการสปาครั้งแรก จะมีการตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้น โดยแพทย์เพื่อให้มั่นใจว่าผู้รับบริการสามารถใช้บริการสปาได้และเพื่อเช็คว่าผู้รับบริการไม่มีข้อห้ามในการนวด เช่น ภาวะกระดูกพรุนรุนแรง มีประวัติล้มแล้วกระดูกหัก หรือกินยารักษากระดูกพรุนอยู่ การนวดจะทำให้ผู้รับบริการมีโอกาสกระดูกหักได้ง่าย หรือ การมีแผลบนผิวหนังที่ยังไม่หายสนิท การนวดจะทำให้แผลแยกได้

หลังจากแพทย์ยืนยันว่าผู้รับบริการสามารถใช้บริการสปาได้ เจ้าหน้าที่ที่ประชาสัมพันธ์จะคำนวณหาธาตุเจ้าเรือนของผู้รับบริการ

จากนั้น นักบำบัด (Therapist) จะแนะนำรูปแบบการนวดที่เหมาะสมกับตัวลูกค้า อธิบายถึงขั้นตอนหรือรายละเอียดของการนวด ให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการในการปฏิบัติตนก่อน/ ระหว่าง/ หลังการเข้ารับบริการ แนะนำน้ำมันหอมระเหยตามธาตุเจ้าเรือนของผู้มาใช้บริการเพื่อ บำบัด ผ่อนคลาย หรือช่วยบรรเทาปัญหาสุขภาพที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล

#### กลยุทธ์ด้านบุคคล

ผู้ประกอบการต้องจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญ โดยเฉพาะตำแหน่งนัก บำบัด (Therapist) ผู้ประกอบการต้องคัดเลือกเฉพาะผู้ที่ผ่านการอบรมจากกระทรวงสาธารณสุข และมีประสบการณ์ในการทำงานแล้วเท่านั้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจัดการอบรมการ ให้บริการที่ดี กิริยามารยาทและบุคลิกภาพ แก่พนักงานทุกระดับเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ ลูกค้า

มีการให้เงินรางวัลพิเศษสำหรับนักบำบัด (Therapist) เพื่อจูงใจให้มีความ กระตือรือร้นในการทำงานบริการมากขึ้นในสองกรณี คือ มีการให้บริการแก่ลูกค้าจำนวนครั้งสูงสุด สามลำดับแรกในแต่ละเดือน และลูกค้ามาใช้บริการซ้ำโดยเลือกเจาะจงนักบำบัด (Therapist) คน เดิมซึ่งเคยใช้บริการมาแล้วเป็นจำนวนครั้งสูงสุดสามลำดับแรกในแต่ละไตรมาส

#### กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้บริการ มีการ จัดตารางการทำความสะอาดสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มีการแบ่งพื้นที่ในการบริการเป็น สักส่วน ห้องที่ให้บริการสปาควรเป็นส่วนตัว มิให้เลือกทั้งแบบห้องเดี่ยว ห้องคู่ ห้องสำหรับ ครอบครัว แต่ละห้องมีการตกแต่งอย่างสวยงามมีเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างกัน เช่น แบบไทย แบบ ธรรมชาติ แบบทันสมัย มีการใช้กลิ่น แสง และเสียงเพลงบรรเลงภายในห้องที่ให้บริการสปา

#### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะสถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Spa Shop) จากสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรม สนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ในเขตวัฒนาเท่านั้น แต่สถานประกอบการสปาเพื่อ สุขภาพในพื้นที่อื่นๆ ยังมีอีกมาก ดังนั้นควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในพื้นที่อื่น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถ ปรับปรุงสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ครอบคลุม มากขึ้น