

## บทความการวิจัย

### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ

กรุงเทพมหานคร

### Factors That Affect The Decision to Use Spas in Bangkok, Bangkok

อรสา คำซึ้ง

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภค ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการสปา และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บริการจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างเอง เก็บข้อมูลส่วนตัวด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และเก็บข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้บริการสปาในด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, กระบวนการ การให้บริการ, และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ, ระยะเวลาเก็บข้อมูลในเดือน กันยายน 2561 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าที (t-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD (Least-Significant Difference)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40-59 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 30,001-40,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา เรียงลำดับตามสำคัญได้ ผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, กระบวนการ การให้บริการ, สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สำหรับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา เรียงลำดับจากมากที่สุดคือกระบวนการ การให้บริการ, สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ, ผลิตภัณฑ์, ราคา, พนักงานให้บริการ, การส่งเสริมการตลาด, ช่องทางการจัดจำหน่าย และจากการเปรียบเทียบพบว่าส่วนใหญ่ลักษณะของผู้บริการที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1) To study the general characteristics of Spa users and their decision to use the spas in Bangkapi, Bangkok. 2) To compare between factors that affect the decision to use Spas in Bangkapi, Bangkok. The sample used for this research was 400 spa users. Data was collected using questionnaires designed by the researcher. The types of data collected were Personal Data (gender, age, education level, occupation, income) and data regarding the Factors that affect the decision to use spas (product, price, place, promotion, process, service, physical evidence). The timeframe for collecting data was within the month of September 2018. Statistics used to analyze the data were Percentage, Frequency, Average Mean, T-Test, Analysis of Variance (ANOVA), and the Paired Comparisons Test using the Least Significant Difference (LSD).

The results showed that most of the spa users were females aged between 40-59 years who have Bachelor's degree education, are private employees, and have an average monthly salary of 30,001- 40,000 baht. Factors that affect the decision to use spas can be ranked in descending order of significance as follows: product, price, place, promotion, process, personnel, and physical evidence. Marketing factors that affect the decision to use spas ranked from highest to lowest are Process, Service, Physical Evidence, Produce, Price, Personnel, Promotion and Place. The comparison revealed that for the most part, users with different personal characteristics did display differences in their decision to use the spas.

## ภูมิหลัง

ปัจจุบันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและสังคมทำให้คนไทยเครียดมากขึ้น ประกอบกับองค์ความรู้และมีความเข้าใจเรื่องสุขภาพและความงาม ผู้คนจึงหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ และความงามมากขึ้น จึงกลายเป็นความต้องการของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะในสังคมเมือง โดยกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นวัยทำงาน ผู้ที่ต้องการดูแลรูปร่างหน้าตา (เพื่อความสวยงามและรักษาโรค) ผู้ที่ใส่ใจสุขภาพ บุคลิกภาพ กลุ่มนี้มีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงมากในการใช้บริการสปา อีกทั้งนโยบายของรัฐที่ส่งเสริม แนวโน้มธุรกิจสปาปี 2561 มีโอกาสทำเงินที่สดใส จากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทย ปี 2560 -2569 ที่รัฐบาลต้องการผลักดันให้เมืองไทย เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ Medical Hub ซึ่งส่งผลให้ แนวโน้มธุรกิจสปา ปี2561 ยังคงสดใส นำลงทุนทั้งในและต่างประเทศนโยบาย Medical Hub เป็น

การดำเนินงานเพื่อยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน รวมไปถึงการมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพในระดับสากล ซึ่งดำเนินการโดยกรมสบส. มีการจัดทำเป็นยุทธศาสตร์แห่งชาติ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาคประชาชน เอกชนและรัฐบาล ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แผนทั้ง 2 ฉบับ ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) รองรับยุทธศาสตร์ประเทศไทย (Country Strategy) (พ.ศ. 2557 – 2561)

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2559 – 2568) จากการพัฒนาและส่งเสริมนโยบาย Medical Hub มาอย่างต่อเนื่องแนวทางการพัฒนาประเทศเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

2.1 เป็นศูนย์กลางการศึกษา วิชาการและงานวิจัย หรือ Academic Hub ที่เกี่ยวกับสุขภาพการเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพ

2.2 เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ Medical Service Hub ที่ต่อยอดกับระบบสปาระบบการทำงานเพื่อสร้างสุขภาพ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย และเป็นจุดหนึ่งที่คุณคนจากต่างประเทศเข้ามาใช้บริการในไทย

2.3 การเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ หรือ Wellness Hub ที่เป็นการบริการอย่างครบวงจร

2.4 ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ หรือ Product Hub

ที่มา : แนวโน้มธุรกิจสปา ปี2561 ของผู้ประกอบการสปาไทย

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศแรกของโลก ที่มีการกำหนดมาตรฐานการบริการด้าน "สปา" เพื่อสุขภาพออกมาอย่างชัดเจน โดยได้มีการกำหนดคำจำกัดความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวยในการประกอบธุรกิจ "สปา"

"สปา" ตามความหมายของกองการประกอบโรคศิลป์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข "สปา" หมายถึงสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือสถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้าทั่วไปด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพ การปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ โดยให้คำแนะนำด้านบริการที่จัดไว้ตามหลักวิชาการ รวมถึงอาจจะมีการให้คำแนะนำการส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับพฤติกรรมตามหลักการแพทย์สากล และสร้างหลักสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์ทางเลือก ทั้งนี้ให้มีมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

"สปา" คืออะไร? ในประเทศตะวันตก "สปา" มีประวัติศาสตร์การใช้เรียกอย่างช้านาน และหลากหลายความหมาย แต่ก็พอจะสรุปความหมายหลักๆ ของ "สปา" ได้ดังนี้

**ความหมายที่ 1 "สปา" คือ."สปา"** มาจากภาษาลาตินว่า "Sanus Per Aquam" หรือ "Sanitas Per Qqusa" ซึ่งแปลได้ใจความว่า **สุขภาพ**จากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ หรือการดูแล **สุขภาพ**โดยการใช้

**ความหมายที่ 2 "สปา" คือ. "สปา"** หมายถึงชื่อเมืองเล็กๆ ใกล้กับเมืองลีห์ ทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศเบลเยียม ติดกับชายแดนของประเทศเยอรมัน เป็นเมืองที่เป็นแหล่งน้ำพุที่มีแร่เหล็กตามธรรมชาติ เชื่อกันว่าในปี คศ. 1326 ช่างเหล็กของเมือง Collin Le Loupe ได้ยื่นข้อเสนองานของน้ำพุดังกล่าวเกี่ยวกับสรรพคุณในการรักษาโรค จึงตั้งต้นเสาะหาจนพบและน้ำพุนั้นสามารถรักษาอาการป่วยไข้ของเขาให้หายไปได้จริงๆ ภายหลังสถานที่แห่งนั้นถูกยกย่องให้เป็น Health Resort ที่โด่งดังและเป็นที่ยอมรับในเรื่องการรักษา**สุขภาพ**และอาการเจ็บป่วยต่างๆ ผู้คนส่วนใหญ่รู้จักในนามของ Espa ซึ่งรากศัพท์ที่หมายถึง น้ำพุ ในปัจจุบันคำดังกล่าวถูกใช้ในภาษาอังกฤษว่า "Spa" ซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลายในความหมายของสถานที่ตากอากาศเพื่อ**สุขภาพ** (Health Resort)

**ความหมายที่ 3 "สปา" คือ."สปา"** อีกหนึ่งความเชื่อที่มีแนวคิดคล้ายคลึงกันก็คือ "Spa" เป็นชื่อของหมู่บ้านเล็กๆ แห่งหนึ่งในประเทศเบลเยียม ที่ซึ่งมีแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ ปรากฏอยู่และถูกค้นพบโดยชาวโรมันโบราณ ทหารโรมันนิยมใช้น้ำพุแห่งนี้เป็นที่รักษาอาการบาดเจ็บที่กล้ามเนื้อหรือบาดแผลที่ได้รับจากการสู้รบ

**ความหมายที่ 4 "สปา" คือ."สปา"** โดยทั่วไปหมายถึงการบำบัดดูแล**สุขภาพ**แบบองค์รวมด้วยวิถีตามธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัด ควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีทางการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์

**ความหมายที่ 5 "สปา" คือ."สปา"** เป็นการบำบัดแบบองค์รวมที่เน้นการป้องกันการเจ็บป่วยมากกว่าการรักษา Wildwood, Chrissie, 1997 กล่าวว่าการที่อารมณ์แปรปรวนมีโอกาสทำให้เกิดการเจ็บป่วย

ที่มา:เรียบเรียงบทความ **"สปาคืออะไร"**โดยกองบรรณาธิการ[www.YesSpaThailand.com](http://www.YesSpaThailand.com)

สปา กองการประกอบโรคศิลป์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ความหมาย สปา ว่าเป็นสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือสถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้าทั่วไปด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ การปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ และให้คำแนะนำด้านหลักวิชาการเกี่ยวกับการนวด และเรื่องสุขภาพ อย่างการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับพฤติกรรมตามหลักการแพทย์สากล ประเทศไทยเป็นประเทศแรกของโลก ที่ได้มีการกำหนดมาตรฐานการบริการด้าน "สปา" เพื่อ สุขภาพออกมาอย่างชัดเจน ได้มีการกำหนดคำจำกัดความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ใน การเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวยในการประกอบธุรกิจ "สปา"

ที่มา : แหล่งความรู้เกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพและความงาม.

### **ข้อมูลเกี่ยวกับ เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร**

เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีประชากรทั้งหมด จำนวน 147,392 คน ชาย 67,116 คน หญิง 80,276 คน เขตบางกะปิ ตั้งอยู่ทางตอนกลางของฝั่งพระนคร มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่การปกครองต่างๆ เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

1. **ทิศเหนือ** ติดต่อกับเขตลาดพร้าวและเขตบึงกุ่ม มีถนนประดิษฐ์มนูธรรม คลองเกรียง คลองอ้ายหลาว คลองลำเจียก และคลองตาหนั่งเป็นเส้นแบ่งเขต

2. **ทิศตะวันออก** ติดต่อกับเขตบึงกุ่มและเขตสะพานสูง มีคลองตาหนั่ง คลองลำพังพวย ถนนนวมินทร์ ถนนศรีบูรพา คลองแสนแสบ คลองบ้านม้า 2 คลองวังใหญ่บน คลองโคลัด และคลองบึงบ้านม้าเป็นเส้นแบ่งเขต

3. **ทิศใต้** ติดต่อกับเขตสวนหลวง มีลำรางแบ่งเขตสวนหลวงกับเขตบางกะปิ คลองหัวหมาก และคลองกะจะ เป็นเส้นแบ่งเขต

4. **ทิศตะวันตก** ติดต่อกับเขตห้วยขวางและเขตวังทองหลาง มีคลองแสนแสบ คลองจั่น ถนนลาดพร้าว ถนนลาดพร้าว 101 (วัดบึงทองหลาง) คลองลำพังพวย คลองจั่น และคลองทรงกระเทียมเป็นเส้นแบ่งเขตสถานที่สำคัญๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า, สถานีตำรวจ, โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, โรงเรียนเทพศิลา, ราชมิ่งคลากีฬาสถาน , สนามกีฬาหัวหมาก การกีฬาแห่งประเทศไทย, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, การเคหะแห่งชาติ (ประเทศไทย), วัดจันทวงศาราม (วัดกลาง), วัดเทพศิลา, วัดพระไกรสิทธิ์ (วัดน้อย), วัดบึงทองหลาง, วัดศรีบุญเรือง, ตลาดแอปเปิ้ลแลนด์, สวนพฤกษชาติ การเคหะแห่งชาติ, โรงพยาบาลรามคำแหง, โรงเรียนบางกะปิ, เทคโนโลยีบางกะปิ, เทคโนโลยีอุตสาหกรรมกรุงเทพ, โรงเรียนบ้านบางกะปิ, โรงเรียนมัธยมบ้านบางกะปิ

ที่มา : วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

### **คำถามการวิจัย**

คำถามของการวิจัยกำหนดขอบเขตในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภค ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพื่อตอบคำถามในประเด็นดังนี้

1. ผู้ใช้บริการที่แตกต่างด้านข้อมูลส่วนตัว มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาที่แตกต่างกันอย่างไร

2. ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา มีผลมากน้อยเพียงใดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

### การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการสปา และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

## ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการสปาโดยมีขอบเขต คือ การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภค ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสปา ทั้ง เพศชาย และ เพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไปมีรายได้
2. การสุ่มตัวอย่างทำการสุ่มเป็นรายบุคคล โดยใช้พื้นที่เป็นเกณฑ์ คือ การสุ่มตัวอย่างจากบุคคลใช้บริการสปา ในบริเวณพื้นที่ เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โรงแรม, สถานประกอบการสปา และสถานออกกำลังกายที่อยู่ใน เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีผู้คนอาศัยอยู่ และสัญจรผ่านไปมาจำนวนมาก

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยจำแนก เป็น 2 ส่วน ตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถาม เกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน เป็นลักษณะคำถามเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ (Multiple choices)

ส่วนที่ 2 สอบถามปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา เช่น ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการ การให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความสำคัญตามกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ

ความสำคัญมากที่สุด	5
ความสำคัญมาก	4
ความสำคัญปานกลาง	3

ความสำคัญน้อย 2

ความสำคัญน้อยที่สุด 1

### การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ทำการศึกษาวิจัย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย ได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้ทำการศึกษาวิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยให้ท่าน อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบ เนื้อหา และโครงสร้างของแบบสอบถาม รวมทั้งปรับปรุง สำนวนภาษาที่ใช้ให้มีความชัดเจน และเหมาะสมยิ่งขึ้น

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภค ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research) โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสปา โดยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ค้นคว้าศึกษาจาก ตำรา เอกสาร บทความ อินเทอร์เน็ต ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการใช้แบบสอบถามการเก็บ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้มาใช้บริการ ของผู้มาใช้บริการสปา โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

### สรุปผล

จากกรณีศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภค ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จากการรวบรวมข้อมูลนำเสนอ ดังนี้

ผู้ทำการศึกษาวิจัยได้แบ่งปัจจัยประชากรศาสตร์ ในด้าน เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ การให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเก็บข้อมูล จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยค้นคว้าศึกษาจาก ตำรา เอกสาร บทความ อินเทอร์เน็ต ทฤษฎีหลักจาก งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ วิทยานิพนธ์ และรายงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต กลุ่ม ตัวอย่างจะเป็นประชากรที่

ใช้บริการสปาที่อาศัยอยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้ ค่าร้อยละ , ค่าความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าที (t-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.5, ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ใช้วิธีของ LSD (Least-Significant Difference) และค่าสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Person correlation), ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และข้อมูลทางสถิติทั้งหมดในการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือคำนวณผลทางคณิตศาสตร์ ซึ่งผลที่ได้จากแบบสอบถามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วยเพศหญิง และเพศชาย มีระดับที่แตกต่างกันคือ

- เพศหญิงจำนวน 264 คิดเป็นร้อยละ 66% พบว่ามีระดับสัดส่วนมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศชาย จะมีจำนวน 136 คิดเป็นร้อยละ 34%

- ส่วนใหญ่ อายุ 40-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 35% รองลงมาอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 33% และ อายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 22% ต่ำสุดอยู่ที่ระดับอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 10%

- ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64% รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20% ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 8% และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8%

- อาชีพส่วนใหญ่คือ พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 236 คนคิดเป็นร้อยละ 59% รองลงมา กิจการส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28% และน้อยที่สุดรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13%

- ระดับรายได้ส่วนใหญ่เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 152 คนคิดเป็น ร้อยละ 38% รองลงมามากกว่า 40,001 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36% และน้อยที่สุด 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็น ร้อยละ 26%

จากการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการตลาด และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการ สปา ของผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.113 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.619 ระดับสำคัญมาก ด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ย 4.038 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.590 ระดับสำคัญมาก ช่องทางการจัดจำหน่าย มี ค่าเฉลี่ย 3.988 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.671 ระดับสำคัญมาก การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.021 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.578 ระดับสำคัญมาก พนักงานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.971 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.675 ระดับสำคัญมาก กระบวนการ การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.786 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.750 ระดับสำคัญมาก สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.655 ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.760 ระดับสำคัญมาก



จากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ทางสถิติ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สปา พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกันมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านกระบวนการ การให้บริการ มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.831 รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.778, ด้านราคา มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.750, ด้านผลิตภัณฑ์ มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.732, ด้านพนักงานที่ให้บริการ มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.709, ด้านการส่งเสริมการตลาด มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.631 และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่ำที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.498

### อภิปรายผล

จากการศึกษาสามารถอภิปรายผลประเด็นต่างๆ ของข้อมูลผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปา ในครั้งนี้ผู้ใช้บริการสปา มี (1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี จะมีอายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 40 - 59 ปี อาชีพ ส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 - 40,000 บาท จากการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้านปัจจัยทางการตลาดและข้อมูลส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สปาโดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541:117-119,อ้างถึงใน ธัญญา รัตน์ บุญต่อ, 2552). กล่าวได้ว่า แต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์และการซื้อที่แตกต่างกัน พรทิพย์ สัมปตตะวนิช (2529: 312-316, อ้างถึงใน ธัญญารัตน์ บุญต่อ, 2552) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อม ประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความ แตกต่างกัน สิ่งแวดล้อม ประชากรศาสตร์โครงสร้าง คือ อายุ การศึกษา รายได้ เป็นต้น สุปัญญา ไชยชาญ, 2534 อ้างถึงใน ปาณิศา ชุมหะขจร, 2550) ได้กล่าวว่า การศึกษาของผู้บริโภค ส่งผลต่อการซื้อสินค้า ผู้บริโภคที่มี การศึกษาแต่ละระดับมีความต้องการที่ แตกต่างกัน และอาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จากผล การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล จึงทราบว่าข้อมูลของ บุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจด้าน การตลาดที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับในสมมติฐาน (2) ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการ การ ให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการหา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะพบว่าปัจจัย ทางตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ด้าน ผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้าน ราคา อยู่ในระดับ สำคัญมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้าน กระบวนการ การให้บริการ และน้อยที่สุดคือด้าน

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และเมื่อเปรียบเทียบราย คู่พบความแตกต่างระดับความสัมพันธ์ทางสถิติ พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการอยู่ใน ระดับความสัมพันธ์ที่มากที่สุด และระดับความสัมพันธ์มากคือ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนระดับปานกลางคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จากผล การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล จึงทราบว่าข้อมูลของ บุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจด้าน การตลาดที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับในสมมติฐาน (2) ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการ การให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากกา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะพบว่าปัจจัย

ทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้าน ราคา อยู่ ในระดับ สำคัญมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้าน กระบวนการ การให้บริการ และน้อยที่สุดคือด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และเมื่อเปรียบเทียบ ราย คู่พบความแตกต่างระดับความสัมพันธ์ทางสถิติ พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการอยู่ใน ระดับความสัมพันธ์ที่มากที่สุด และระดับความสัมพันธ์มากคือ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนระดับปานกลางคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระดับความสัมพันธ์ที่น้อยที่สุดคือ ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาวิจัยปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาจะเป็นด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการ การให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้สอดคล้องกับแนวทางทฤษฎีของ (สุดาพร กณทลบุตร). (2552: 132) อ่างถึงใน สิปปศิณี บาเรย์. (2555) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจบริการเป็น ุการยากที่จะ คาดหวังในด้านผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว และทฤษฎีของ (ธนวรรณแสงสุวรรณและคณะ, 2547) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ บุคลากรให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ มีความเกี่ยวพันกัน และมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่เท่าเทียมกัน

ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์ค่าทางสถิติผู้ใช้บริการสปา มีความสนใจในด้านปัจจัยทาง การตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการ การให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับความสำคัญมาก จากผลสรุปตาม ตาราง สถิติ ผลคือยอมรับในสมมติฐาน

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัย และปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสปาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร นั้นทำให้ทราบถึงความแตกต่างในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสปาที่มีต่อปัจจัยทางการตลาด ดังนั้นผู้ทำการวิจัย จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

### ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ผู้ประกอบการสปา ควรศึกษาด้านธุรกิจสปาที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ และตอบสนองตรงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ผู้คนที่ต่างเพศ วัย ต่างเชื้อชาติ และต่างวัฒนธรรม เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการสปา ควรมีการฝึกอบรม เช่นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความชำนาญในวิชาชีพสปา ต่อพนักงานอยู่เสมอ เพื่อการให้บริการที่มีคุณภาพ และเพื่อความปลอดภัยต่อร่างกายของผู้มารับบริการสปา
3. ควรมีสถาบันการเงินเข้ามามีส่วนร่วมส่งเสริมก็จะทำให้ธุรกิจสปา มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น การชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต มีส่วนสะสมแต้มเมื่อชำระผ่านบัตร และของสมนาคุณต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสนุกกับกิจกรรมที่ ร่วมกันระหว่างสถาบันการเงิน กับสถานสปา เกิดการชำระค่าบริการโดยไม่ต้องรู้สึกกังวลใจ
4. ภาครัฐควรส่งเสริมเกี่ยวกับธุรกิจสปา เช่น ในเรื่องลดหย่อนภาษีให้แก่สถานประกอบการ สปา และสนับสนุนด้านเงินลงทุนในธุรกิจสปา เพื่อลดต้นทุน และเกิดความคล่องตัวในการบริหารงานของธุรกิจสปา
5. ภาครัฐควรส่งเสริมวิชาความรู้ที่เกี่ยวกับการนวดแผนไทย ให้แก่ประชาชนที่ว่างงาน เพื่อลดอัตราการว่างงาน และการย้ายถิ่นฐาน และได้มีบุคคลากรที่มีคุณภาพในสถานประกอบการสปา

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาวิจัย ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสปา และด้านความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ ทำให้ผู้ทำวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความแตกต่างด้านลักษณะของผู้ใช้บริการสปา เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปาด้วย เพื่อเป็นประโยชน์ ในการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค และปรับปรุง พัฒนาด้านการตลาดของธุรกิจสปาต่อไป
2. การวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการวิจัยศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ และความเชื่อ ของผู้ใช้บริการสปาด้วยเนื่องจาก เพศ อายุ รายได้ ที่แตกต่าง รวมถึงปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างส่งผลให้เกิดแรงจูงใจ และความเชื่อ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

3. ควรศึกษาวิจัยด้านกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด เพื่อผู้ประกอบการสปาได้นำไปเชื่อมโยงถึงผู้บริโภคโดยคำนึงถึงความต้องการ ความคาดหวังที่ได้จากประสบการณ์ในการใช้ บริการสปา รวมถึงความพอใจที่ได้มากกว่าความคาดหวัง ในด้านปัจจัยทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานที่ให้บริการ กระบวนการ การให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สิ่งเหล่านี้เพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจบริการสปา