การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปา[1]

A Study of Important factors for Service Selection in the Spa Business

เอกนันท์ ทองแย้ม
Aeganun Thongyaem
บัณฑิตวิทยาลัยด้านการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยสยาม
Graduate School of Engineering Management Siam University
Email: aeganun@hotmail.com

บทคัดย่อ

การแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการมีสูงขึ้น การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับธุรกิจรวมทั้งการตัดสินใจต่าง ๆ ในส่วนของการให้บริการเป็นการสร้างโอกาสในการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้การให้บริการของธุรกิจบริการ โดยพิจารณาเงื่อนไขการบริหารธุรกิจกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จ.นนทบุรี เป็นกรณีศึกษา ข้อพิจารณาในการดำเนินทางธุรกิจสปาต้องอาศัยการศึกษาข้อมูลให้ละเอียดและรอบคอบเพื่อให้มีข้อมูลที่ชัดเจนในการตัดสินใจในการดำเนินงาน โดยการสำรวจปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ สปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใช้กำหนดปัจจัยการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสพความสำเร็จด้วยการสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นของผู้ที่จะมารับบริการ ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึง ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารธุรกิจสปา พฤติกรรมการเลือกใช้การบริการ ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการของผู้ที่จะมาใช้บริการ และผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปา

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีความสำคัญ, การเลือกใช้การบริการ, ธุรกิจสปา

[1] ปรับปรุงจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 “มองภาพรวมประชาคมอาเซียน” มหาวิทยาลัยสยาม

Abstract

The service industry is presently becoming more competitive. The appropriate business management including decision making in part of the services provided will help to provide more success in the business operation. It is, therefore, necessary to study the important factors for service selection in the Spa Business by considering the SPA business criteria in Nonthaburi Muang District as a case study. The SPA business operatio-nal conditions will need the indept and comprehenvie information for decision making by surveying the problems and difficulties in running SPA business in Nonthaburi Muang District to earn the data to determine the factors for efficient business operations and success by asking data and opinions from related customers. From the study, the SPA Business management problems, the customer behaviors, the important factors for selecting the services and the comparative importance factors are revealed.

Keywords: Importance Factors, Service Seclection, SPA Business.

บทนำ

ปัจจุบันการแข่งในภาคธุรกิจมีสูงมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่จะต้องเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารงานเพื่อให้สามารถบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการบริการที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น ประกอบกับภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญของภาค บริการต่อเศรษฐกิจของประเทศ จึงเร่งให้มีการส่งเสริมและพัฒนาแนวทางการบริหารและการให้บริการ โดยได้วางแนวทางในการพัฒนาธุรกิจบริการให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น ความสำคัญของธุรกิจบริการจึงมีสูงมากขึ้นตามลำดับ ธุรกิจบริการที่มีหลากหลายชนิด แต่ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการ ท่องเที่ยวดังเช่นธุรกิจบริการด้านสปานับว่ามีความสำคัญมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบริการมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยภายนอกค่อนข้างสูง โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว ที่จำเป็นต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวหรือลูกค้าจากต่างประเทศเป็นหลัก เป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 เน้นการพัฒนาคุณภาพคน เพื่อให้คนไทยทุกคนได้รับการพัฒนาทั้ง ทางร่างกาย จิตใจ ความรู้ ความสามารถ ทักษะการประกอบอาชีพ และมีความมั่นคงในการ ดำรงชีวิตครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับตนเองที่จะนำไปสู่ความ เข้มแข็งของครอบครัวชุมชน และสังคมไทย ธุรกิจบริการด้านสปาจึงเป็นส่วนที่ได้รับการส่งเสริมฝึกอาชีพเพื่อให้เพิ่มจำนวนผู้สามารถให้บริการได้มากขึ้น การเกิดขึ้นและเติบโตของธุรสปาเป็นไปอย่างกว้างขวางภายใต้กระแสการแข่งที่รุนแรง ความอยู่รอดของธุรกิจจะต้องอาศัยความสามารถในการพัฒนาการด้านการบริการที่หลากหลายมากขึ้นพร้อม ๆ กับความสามารถด้านการบริหารงาน

ธุรกิจสปาเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันสูง เพราะเป็นกระแสนิยมของผู้ประกอบธุรกิจสปา จึงจำเป็นต้องมีแนวทางหรือในการรับมือการขยายตัวของธุรกิจ ทำให้ต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาวะการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และสร้างความได้เปรียบเพื่อความเป็นผู้นำในธุรกิจ แต่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งการบริหารธุรกิจก็เป็นปัจจัยหนึ่ง เพราะหากธุรกิจมีการบริหารที่ดีและเป็นระบบการบริหารธุรกิจก็จะสามารถพัฒนาและก้าวหน้ามากยิ่งขึ้นได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาถึงการบริหารของธุรกิจสปา สภาพปัญหาและแนวทางการรับมือกับปัญหาของธุรกิจสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจสปา และบุคคลที่สนใจในธุรกิจสปานำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการบริหารธุรกิจสปา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สปาของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปา
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการบริหารงานมีดังต่อไปนี้

1. ในด้านการวางแผน พบว่า การส่งเสริมการขายยังไม่ดีเท่าที่ควรเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ใช้สื่อแผ่นพับ ใบปลิว ซึ่งบางส่วนยังไม่ทราบข้อมูล และรายละเอียดต่างๆ ที่ธุรกิจอยากประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้าทราบ

2. ในด้านการจัดองค์กร พบว่าส่วนใหญ่คือการขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะความชำนาญในการนวด และ พนักงานมีอัตราส่วนการเข้าออกบ่อย

3. ในด้านการนำ พบว่าผู้ประกอบการไม่ค่อยเข้าใจปัญหาของ พนักงาน อย่างแท้จริงเพราะส่วนใหญ่ผู้ที่ดูแลพนักงานคือผู้จัดการร้าน ซึ่งบางครั้งไม่รายงานให้ ผู้ประกอบการทราบปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนั้น ยังพบว่าพนักงานที่ให้บริการขาดงานโดย ไม่ได้บอกกล่าวทำให้เกิดการขาดแคลนพนักงานที่ให้บริการ

4. ในด้านการควบคุม พบว่าการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องยากที่จะสามารถจับต้องได้ แต่ต้องสัมพันธ์ด้วยใจกับใจ ดังนั้นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการ ก็คือ ต้องพยายามถ่ายทอดความเข้าใจในงานบริการให้พนักงานทุกคนได้เข้าใจ

5. คุณค่าของสิ่งที่ธุรกิจสปาต้องพิจารณาคือ การบริการที่มีคุณภาพโดยพิจารณาได้จาก 6s ประกอบด้วย

- Smile คือ ยิ้มแย้มแจ่มใส
- Speak คือ บริการด้วยความเป็นมิตร
- Speed คือ รวดเร็ว ทันใจ
- Sincere คือ มีความจริงใจ (ไม่เสแสร้ง ไม่ยัดเหยียด)
- Service คือ บริการดี มีคุณภาพ
- Satisfaction คือ เน้นสร้างความพอใจให้ลูกค้า

จากการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่าผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการเลือกใช้สปา ประเภทสปาหน้า (ร้อยละ 59.00) รองลงมาประเภทสปาตัว (ร้อยละ 54.60) มีสาเหตุในการเลือกใช้บริการสปา เพื่อการผ่อน คลายความเครียด (ร้อยละ 90.70) รองลงมาเพราะความประทับใจในบริการ (ร้อยละ 24.30) ซึ่งจะตัดสินใจเองในการเลือกใช้บริการ (ร้อยละ 73.00) รองลงมาเพื่อนช่วยในการตัดสินใจ (ร้อยละ 23.70) จะใช้บริการสปา 1 – 2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 86.70) รองลงมาจะใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง ต่อ เดือน (ร้อยละ 12.00) ส่วนใหญ่มีค่าใช้บริการต่อครั้งประมาณ 301– 500 บาท (ร้อยละ 50.30) รองลงมาต่ำกว่า 300 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 22.70) จะใช้เวลาในการใช้บริการประมาณ 30 - 60 นาที (ร้อยละ 46.30) รองลงมา 1 - 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 45.00) ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวัน อาทิตย์ (ร้อยละ 46.30) รองลงมาวันเสาร์ (ร้อยละ 26.30) เมื่อไปใช้บริการจะไปกับเพื่อน (ร้อยละ 60.30) รองลงมาจะไปคนเดียว (ร้อยละ 32.30) โดยจะมีร้านสปาที่ไปใช้บริการจำนวน 1 แห่ง (ร้อยละ 55.70) รองลงมา 2 แห่ง (ร้อยละ 37.30) และระหว่างการรับบริการจะหลับ (ร้อยละ 64.00) รองลงมาอ่านหนังสือ (ร้อยละ 59.70)

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการ เลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี พบว่า

1. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยอยู่ในระดับมาก และเมื่อแบ่งค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากในทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหา น้อย 3 อันดับ ด้านบุคลากร ($\bar{X}$ = 4.36) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X}$ = 4.16) ด้าน กระบวนการให้บริการ ($\bar{X}$ = 4.09) ตามลำดับ

2. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นรายข้อ อยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 4.36) ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ($\bar{X}$ = 4.07) และความหลากหลายในการให้บริการ ($\bar{X}$ = 4.01)

3. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ มีป้ายราคาบอกราคาบริการที่ชัดเจน ($\bar{X}$ = 4.24) และระดับราคา เหมาะสมกับบริการ ($\bar{X}$= 4.05) และอยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ ได้แก่ ราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ ($\bar{X}$= 3.40) ชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ($\bar{X}$= 3.09) และชำระค่าบริการด้วยบัตรเดบิต ($\bar{X}$= 2.93)

4. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ตั้งเป็นรายข้ออยู่ใน ระดับมากจำ นวน 4 ข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีที่จอดรถสำหรับลูกค้า ($\bar{X}$= 4.21) ทำเลที่ตั้งติดถนนมองเห็นได้ง่าย ($\bar{X}$= 4.19) และการคมนาคมสะดวก ($\bar{X}$= 4.12) และอยู่ ในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ ($\bar{X}$= 3.37) และใกล้บ้าน ($\bar{X}$= 3.29)

5. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การโฆษณาจาก สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ($\bar{X}$= 3.96) มีเทศกาลลดราคาค่าบริการ ($\bar{X}$= 3.93) และมีเครื่องดื่มฟรีระหว่าง การรับบริการ ($\bar{X}$ = 3.92)

6. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรเป็นรายข้ออยู่ในระดับ มากจำนวน 8 ข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความยิ้มแย้มแจ่มใส ($\bar{X}$ = 4.49) บริการดี มีคุณภาพ ($\bar{X}$= 4.47) และบริการด้วยความเป็นมิตร ($\bar{X}$ = 4.46)

7. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทาง กายภาพเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก จำนวน 7 ข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ภายในร้าน ติดเครื่องปรับอากาศ ($\bar{X}$ = 4.29) มีการจัดตกแต่งร้านสวยงาม ($\bar{X}$ = 4.28) และความสะอาด ภายในร้าน ($\bar{X}$ = 4.26)

8. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก จำนวน 8 ข้อ โดยเรียงค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความปลอดภัย ในการบริการและได้มาตรฐาน ($\bar{X}$ = 4.43) ให้การต้อนรับที่ดี ($\bar{X}$ = 4.26) และการได้รับบริการ ตามลำดับ ($\bar{X}$ = 4.25) และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ ได้แก่ มีบริการเสริมนอกเหนือจากบริการ สปา ($\bar{X}$ = 3.38)

ผลจากการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปาพบว่า

1. ผู้ใช้บริการเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และ ด้านสถานที่ตั้งมากกว่าผู้ใช้บริการเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัย โดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ สปาไม่แตกต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยโดยรวมและปัจจัยในด้าน อื่น ๆ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ สปาไม่แตกต่างกัน

3. ผู้ให้ บริการมีอายุ 18 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาก กว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 18 – 23 ปี อายุระหว่าง 24 – 29 ปี และอายุ ระหว่าง 30 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิต ภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยโดยรวมและราย ด้าน มีความ สำคัญต่อการเลือกใช้บริการสปาไม่แตกต่างกัน เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างจึง

5. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. และปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี ส่วนผู้ใช้ บริการที่มีระดับก ารศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ใช้ บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา ตอนต้น/ปวช. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันความสำคัญกับปัจจัยโดยรวม และรายด้านทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปา เป็นการศึกษาโดยใช้ข้อมูลการประกอบการธุรกิจและผู้รับบริการสปาในเขตอำเภอ จังหวัดนนทบุรีเป็นกรณีศึกษา โดยแบ่งประเด็นการศึกษาเป็นสี่ประเด็นคือ

1. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารธุรกิจสปา
2. พฤติกรรมการเลือกใช้สปาของผู้ใช้บริการ
3. ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปา
4. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปา

การศึกษามีการปัญหาและอุปสรรคในการบริหารธุรกิจสปาสรุปได้ว่าพบปัญหาในการบริหารงานในด้านการวางแผนงาน ในส่วนของการตลาด ปัญหาด้านการจัดการเป็นเรื่อกการบริหารงานบุคคล ปัญหาด้านการอำนวยการเกิดจากการไม่เข้าใจกันและการขาดงานของพนักงาน ส่วนปัญหาการควบคุมเป็นได้ยากเนื่องจากเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า

ในส่วนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่าผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการเลือกใช้สปาประเภทสปาหน้า และสปาตัวเพื่อการผ่อนคลายความเครียด และความประทับใจในการบริการ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเป็นได้ทั้งจากตนเองและเพื่อนชวน โดยจะใช้บริการสปา 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่มีค่าใช้บริการต่อครั้งประมาณ 301– 500 บาท จะใช้เวลาในการใช้บริการประมาณ 30 - 60 นาที ส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวัน อาทิตย์ และวันเสาร์ ไปใช้บริการกับเพื่อมากกว่าไปคนเดียว โดยจะมีร้านสปาที่ไปใช้บริการจำนวน 1 แห่ง หรือมากกว่า และระหว่างการรับบริการมักจะหลับหรือไม่ก็อ่านหนังสือ

ในส่วนของปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้บริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ด้านบุคลากร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ปัจจัยความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์คือ ความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย และความหลากหลายในการให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.01) ปัจจัยด้านราคาคือ มีป้ายราคาบอกราคาบริการที่ชัดเจน และระดับราคา เหมาะสมกับบริการ โดยมีราคาถูกกว่าร้านอื่นๆ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และบัตรเดบิตได้ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง มีที่จอดรถสำหรับลูกค้า ทำเลที่ตั้งติดถนนมองเห็นได้ง่าย (การคมนาคมสะดวก และใกล้บ้าน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มีเทศกาลลดราคาค่าบริการ และมีเครื่องดื่มฟรีระหว่าง การรับบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร คือ ความยิ้มแย้มแจ่มใส การบริการดีมีคุณภาพ และบริการด้วยความเป็นมิตร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ภายในร้านให้ ติดเครื่องปรับอากาศ มีการจัดตกแต่งร้านสวยงาม และความสะอาด ภายในร้าน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการได้แก่ มีความปลอดภัยในการบริการและได้มาตรฐานให้การต้อนรับที่ดี และการได้รับบริการตามลำดับ โดยมีบริการเสริมนอกเหนือจากบริการสปา

ในส่วนการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ธุรกิจสปาพบว่า ผู้ใช้บริการเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และด้านสถานที่ตั้งมากกว่าผู้ใช้บริการเพศหญิง ส่วนปัจจัย โดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ สปาไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยโดยรวมและปัจจัยในด้าน อื่น ๆ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ สปาไม่แตกต่างกัน ผู้ให้ บริการมีอายุ 18 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 18 – 23 ปี อายุระหว่าง 24 – 29 ปี และอายุ ระหว่าง 30 – 35 ปี ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ปัจจัยโดยรวมและราย ด้าน มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสปาไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. และปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี ส่วนผู้ใช้ บริการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ใช้ บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำ

กว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันความสำคัญกับปัจจัยโดยรวม และรายด้านทั้ง 7 ด้านไม่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กรกนก ทิพรส.(2548). *องค์การและการจัดการ.* มหาสารคาม : อภิชาตการพิมพ์.

จ้นพร ตันติกิจริง. (2546). *สปา ไอ ดู.* กรุงเทพฯ : Khmu Thong Industry & Printing.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2549). *การวางแผนการพัฒนาทางตลาดการท่องเที่ยว.* กรุงเทพ: สำนักพิมพ์ มหาลัยเกษตรศาสตร์

ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ Service Marketing.* กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2546). สปาธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา. *วารสารปราสาทสังข์*. ฉบับ เศรษฐกิจวิเคราะห์. 21(7): 21-32.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2548). แนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจสปา. *วิเคราะห์เศรษฐกิจ.* 12(3): 30-38.