

คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา

อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

อัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์^{1*} และ ศิริประภา แจ่มกรณ²

^{1,2}อาจารย์ประจำ, คณะวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว

*Corresponding author e-mail: akarakrit@buu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 14 มิถุนายน 2567

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 12 สิงหาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 18 ตุลาคม 2567

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน และ 2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การตัดสินใจใช้บริการ จังหวัดสระแก้ว

SERVICE QUALITY AFFECTING SERVICE USERS DECISION OF RUEN TIPAROT MESSAGE AND SPA WATTHANA NAKHON DISTRICT, SA KAEO

Akarakrit Pattanasumpun^{1*} and Siriprapha Jangkorn²

^{1,2} Lecture of the Faculty of Science and Social Sciences, Burapha University, Sakaeo Campus, Thailand

Abstract

This research article is a quantitative study with the main objectives: 1) to study the level of opinions on service quality and the decision to choose services, and 2) to examine the factors of service quality that influence the decision to choose services at Ruean Thip Rot Massage and Spa in Watthana Nakhon District, Sa Kaeo. The sample group used in the study consists of 400 customers who used the services at Ruean Thip Rot Massage and Spa. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The research findings revealed that 1) the overall level of opinions on service quality and the decision to choose services at Ruean Thip Rot Massage and Spa was high. When considered individually, it was found that the aspects of tangibility of services, customer assurance, reliability, understanding and knowing the customers, and responsiveness to customers were all rated at a high level in all five aspects. 2) The results of multiple regression analysis showed that the factors of reliability, tangibility of services, customer assurance and understanding and knowing the customers significantly influenced the decision of customers to use the services at Ruean Thip Rot Massage and Spa, Watthana Nakhon District, Sa Kaeo at a significance level of .05.

Keywords: Service quality, Service Users Decision, Sa Kaeo Province

ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ปัจจุบัน ธุรกิจสปาได้พัฒนาและมีการเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย และเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ มากมายตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจสปาเริ่มต้นมาจากการเป็นศูนย์กลางของสุขภาพและการพักผ่อน มีความสำคัญในการช่วยบำบัดอาการปวดเมื่อยและบำบัดโรคภัยเรื้อรังต่าง ๆ ในช่วงสมัยสทิวาร์ตในอังกฤษ สปาได้กลายเป็นสถานที่สังคมที่มีความหรูหราและเป็นที่ยอมรับของชนชั้นสูง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสปาในการรักษาสุขภาพในสมัยนั้น อุตสาหกรรมบริการในประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูงสามารถสร้างงาน และสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ โดยตลาดธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 23% ของตลาด ความงามทั้งหมด (หนังสือพิมพ์รายวันข่าวหุ้นกระบอกเสียงอิสระแห่งตลาดทุนธุรกิจ, 2564) โดยการเติบโตของกลุ่มลูกค้าที่สนใจในการดูแลสุขภาพและความงามที่เพิ่มมากขึ้น กระทรวงสาธารณสุขจึงประเมินว่า ธุรกิจนวดแผนไทย สปา และการแพทย์ ที่รวมกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนั้น มีมูลค่าตลาดราว 40,000 ล้านบาท จากจำนวนร้านสปาและ

นวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย 10,000 แห่ง และสปาหรูหรารีก 2,800 แห่งทั่วประเทศ (บริษัทสยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2565)

รัฐบาลไทยได้ประกาศนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจสปาแห่งเอเชีย (Capital Spa of Asia) เพื่อสร้างความเป็นเลิศของธุรกิจบริการสปาและเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราจากต่างประเทศ ด้วยการผลักดันสร้างมาตรฐานและเอกลักษณ์ของธุรกิจสปาไทยสู่สากล โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เช่น จีน ไต้หวันฮ่องกง เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ทั้งนี้จากการประมาณการโดย Global Wellness Institute จากสถิติที่ผ่านมา พบว่า ธุรกิจสปา และ Wellness ของไทยมีมูลค่าตลาดประมาณ 35,000 ล้านบาท และมีการเติบโตอยู่ที่ปีละ 5-7% เนื่องมาจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก โดยธุรกิจสปา-นวดไทย ติดอันดับ 16 ของโลก และติดอันดับ 5 ในภูมิภาคเอเชีย จัดเป็นทั้ง Medical Tourism สำหรับต่างชาติ และเป็นตลาดความงามสำหรับคนไทย โดยตลาดสปาเพื่อสุขภาพมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 23% ของตลาดความงามทั้งหมด ซึ่งในประเทศไทยมีการดำเนินธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพอยู่หลายแห่งทั่วประเทศอีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่มีความต้องการจะเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว (ศรัณย์ธร ไชจิพลากุล, 2566)

อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว มีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะเป็นจุดผ่านแดนที่สำคัญระหว่างประเทศไทยและกัมพูชา โดยเป็นเส้นทางหลักในการเดินทางและขนส่งสินค้าระหว่างสองประเทศนี้ จุดผ่านแดนนี้ทำให้อำเภอวัฒนานครกลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญ มีนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจเข้ามายังอำเภออย่างต่อเนื่องเพื่อทำธุรกิจและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านจุดผ่านแดนนี้มักจะเข้ามาใช้บริการนวดและสปาในพื้นที่ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นวิธีที่ดีในการผ่อนคลายและฟื้นฟูร่างกายหลังจากการเดินทาง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์การพักผ่อนแบบครบวงจร การเป็นจุดผ่านแดนสำคัญนี้ยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยมีการสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชน รวมถึงการฝึกอบรมและถ่ายทอดทักษะการให้บริการนวดและสปาให้แก่พนักงานในพื้นที่ ทำให้ชุมชนมีการพัฒนาและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Son Chak, 2018) และทำให้เกิดการพัฒนาด้านอาชีพและความสามารถในการบริการ อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเดิมไว้ และสร้างโอกาสในการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ในอนาคต ดังนั้น ร้านเรือนทิพย์ มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เป็นสถานที่ให้บริการด้านการนวดและสปาแบบครบวงจร มีบริการหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การนวดแผนไทย การนวดน้ำมัน การนวดเพื่อผ่อนคลาย และบริการสปาต่าง ๆ ร้านมีบรรยากาศเงียบสงบ เหมาะสำหรับการผ่อนคลายและบำบัดความเครียด โดยมีพนักงานที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีที่สุดในการดูแลสุขภาพและความงาม มีแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการและให้ความสำคัญกับการใช้บริการของลูกค้า เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

บททวนวรรณกรรม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปา

ธุรกิจสปา หมายถึง ธุรกิจที่เป็นสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือสถานพยาบาลที่ให้บริการ ลูกค้าทั่วไป ด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพ การปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกาย และจิตใจโดยให้คำแนะนำด้านบริการที่จัดไว้ตามหลักวิชาการ (กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ, 2559) มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โดยการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์มีการใช้

เทคนิคการนวดเพื่อผ่อนคลายร่างกายและจิตใจเป็นองค์ประกอบ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การใช้น้ำเพื่อบำบัด การนวด การใช้ส่วนประกอบของพืชธรรมชาติมาเสริมคุณสมบัติของร่างกาย ธุรกิจต้องเป็นไปตามข้อระเบียบบังคับที่ได้รับอนุญาตจากประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดความหมายของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ เพื่อเสริมความงามเท่านั้น (พุทธพร อักษรไพโรจน์, 2561)

ตามคำนิยามของ The International Spa Association (ISPA- ค.ศ. 1995) แบ่งชนิดของสปาออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

(1) Club Spa คือ สปาที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการเฉพาะสมาชิกของตนเอง (Member) โดยเน้นการให้ความสะดวกสบายและมีอุปกรณ์ครบครัน ในการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพร่างกายพร้อมกับบริการด้านอื่น ๆ

(2) Day Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ เช่น ในที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ห้างสรรพสินค้า หรือตามสนามบิน โปรแกรมการบริการค่อนข้างหลากหลาย ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้น ๆ เดย์สปาเป็นสปาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด

(3) Hotel & Resort Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ภายในหรือในบริเวณเดียวกันกับโรงแรมหรือรีสอร์ท ที่มีสถานที่ออกกำลังกาย มีโปรแกรมอาหารบริการ และมักประกอบด้วย การนวดแบบต่าง ๆ เพื่อการผ่อนคลาย สำหรับผู้ที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศและหลีกเลี่ยงความเครียด ความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน มักจะมีขนาดใหญ่กว่าเมื่อเทียบกับ Day Spa ทั่วไป

(4) Cruise Ship Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ในเรือสำราญขนาดใหญ่ โปรแกรมการบริการ ประกอบด้วย การนวดแบบต่าง ๆ การออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ

(5) Mineral Spring Spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ในสถานที่ที่เป็นแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ หรือน้ำแร่ธรรมชาติ โปรแกรมการบริการจะเน้นการบำบัดโดยใช้ความร้อนของน้ำแร่ธาตุต่าง ๆ

(6) Destination Spa คือ เป็นการทำสปาโดยทีมแพทย์และผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้พิจารณาให้เหมาะสมกับลักษณะสุขภาพแต่ละคน มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากแหล่งธรรมชาตินั้นเข้ามาเป็นตัวช่วยในการจัดกิจกรรมให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย และเป็นสปาที่มีที่พักอยู่ภายใน

(7) Medical Spa คือ สปาที่ตั้งโดย พ.ร.บ.สถานพยาบาล โดยมีแพทย์ และพยาบาลเป็นผู้ดูแล มีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัด รักษาสุขภาพ และความสวยงาม โปรแกรมการบริการประกอบด้วย โภชนาการบำบัด และอาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ และการนวดแบบต่าง ๆ โดยใช้ความรู้ด้านสุขภาพ มีบริการทางการแพทย์ให้เลือกทั้งแพทย์แผนปัจจุบัน การแพทย์แผนไทย และแพทย์แผนจีน ฯลฯ

คุณภาพการให้บริการหรือที่เรียกว่า SERVQUAL คือผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ Zithaml, Parasuraman and Berry (2013) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังจะได้รับจากการบริการ โดยสามารถวัดได้จากเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง ลักษณะที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ในงานบริการ สิ่งเหล่านี้ควรมีความเป็นรูปธรรมและปรากฏชัดเจน เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เครื่องมืออุปกรณ์ และบุคลากรของผู้ให้บริการ ซึ่งสามารถเห็นได้ตั้งแต่ก่อนที่จะใช้บริการ

(2) ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า ซึ่งรวมถึงการให้บริการที่ถูกต้องเหมาะสม และสม่ำเสมอทุกครั้ง การบริการควรมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถ

นำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

(3) ด้านการตอบสนองลูกค้า หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ ความรวดเร็วในการบริการเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งแสดงถึงความตั้งใจในการช่วยเหลือลูกค้า ไม่ให้ลูกค้ารอนาน พนักงานควรมีกระตือรือร้น รับผิดชอบต่อและให้การช่วยเหลือ รวมถึงสอบถามความต้องการของลูกค้าอย่างไม่ละเลย

(4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความชำนาญทักษะ และความรู้ความสามารถในการให้บริการ พนักงานควรมีมารยาทที่ดี สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และมีทักษะในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สิ่งเหล่านี้ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัย สร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่ดี

(5) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการดูแลและเอาใจใส่ลูกค้าตามความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล พนักงานควรให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ ดูแลลูกค้าเสมือนเป็นญาติ รวมถึงแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ลูกค้ารับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายเพื่อเข้าใจความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง และใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นแนวทางในการให้บริการลูกค้าอย่างเหมาะสม

ทฤษฎีการตัดสินใจ (Decision Process Theory) Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า ทฤษฎีการตัดสินใจเชื่อว่าเป็นการอธิบายจิตวิทยาขั้นพื้นฐานที่ทำให้เข้าใจว่าผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการอย่างไร การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) หมายถึง เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นที่ 2 ต่อไป ผู้บริโภคจะเกิดการเข้าใจ และประเมินทางเลือกต่าง ๆ การตัดสินใจ (Purchasing) ตัดสินใจซื้อ การตอบสนองหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว

สมมติฐานของงานวิจัย

ปัจจัยคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และ ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว

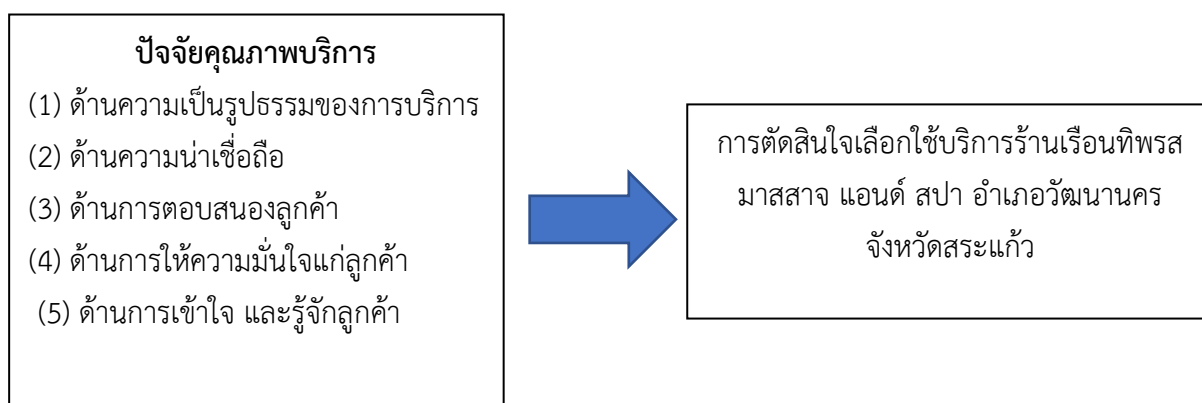
ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่: งานวิจัยนี้ทำการศึกษา ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว

ขอบเขตด้านเนื้อหา: งานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด และทฤษฎีคุณภาพการบริการ (Service quality) เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้านดังนี้ (1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (2) ด้านความน่าเชื่อถือ (3) ด้านการตอบสนองลูกค้า (4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (5) ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า

ขอบเขตด้านระยะเวลา: งานวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2567 ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2567

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว" เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ในเขตอำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้คือ ลูกค้าชายและหญิงที่เข้ามาใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อย่างน้อย 1 ครั้ง การวิจัยไม่ได้จำกัดอายุของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อความหลากหลายของกลุ่มลูกค้า ความเป็นเพื่อลดอคติในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ดังนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดสัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการเลือกตามความสะดวก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, น. 25-26)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลตัวอย่าง ซึ่งคำถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และบริการของร้าน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทำโดย

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) สร้างแบบสอบถาม จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการตรวจสอบความถูกต้องความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และผู้วิจัยได้นำข้อคำถามของแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบ โดยดูจากค่าดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.80 ข้อคำถามเหล่านี้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแต่ละด้านในแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.89-0.97 ซึ่งถือว่ามีค่าสูงมาก ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.97 เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 445) ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความเชื่อมั่นสูง มีความสอดคล้องภายในตัวเองในระดับที่ดีมาก สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นวิธีที่เหมาะสมและได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจาก เป็นวิธีการที่มีความสะดวกและได้ข้อมูลรวดเร็ว มีอัตราการตอบกลับสูง เนื่องจาก ลูกค้าสามารถสแกน QR Code และเข้าถึงแบบสอบถามได้ทันทีจากโทรศัพท์มือถือของตนเอง ทำให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทันทีขณะใช้บริการหรือหลังจากเสร็จสิ้นการใช้บริการ ซึ่งช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการเก็บข้อมูล อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามทันทีหลังการใช้บริการแสดงถึงความใส่ใจและความต้องการที่จะรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีในระยะยาว

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ
3. โปรแกรมวิเคราะห์สถิติ จาโมวี (The Jamovi Project, 2022)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 38-43 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และส่วนใหญ่มียรายได้อยู่ระหว่าง 15,001-25,000 บาท

จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 นอกจากนี้ ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการนวดโรม่าผ่อนคลาย จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้ว พบว่า

2.1 คุณภาพการบริการของผู้ให้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.49) รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.08, S.D. = 0.47) ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.57) ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.51) และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.89, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

2.2 การตัดสินใจใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านเลือกใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ก่อนร้านอื่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ ท่านมีความตั้งใจที่จะมาใช้บริการที่ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.69) ท่านจะไม่ไปใช้บริการมาสสาจ แอนด์ สปา ร้านอื่น แม้ว่าจะมีคนแนะนำอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.16, S.D. = 0.73) ท่านจะมาใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อีกครั้ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.72) ท่านรู้สึกพึงพอใจเมื่อมาใช้บริการที่ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.75) และท่านรู้สึกประทับใจกับการบริการของร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

3.1 การตรวจสอบจากปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 2.29 – 7.39 ซึ่งมีความน้อยกว่า 10 และ ค่าTolerance อยู่ระหว่าง 0.18 - 0.44 ซึ่งมี ค่ามากกว่า 0.10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่า VIF และ Tolerance ของตัวแปรอิสระ

	VIF	Tolerance
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	2.29	0.44
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	5.22	0.19
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.23	0.24
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	3.40	0.29
5. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	7.39	0.18

3.2 ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 1.90 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 - 2.50 (กลยา วานิชัยบัญชา, 2550) แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อน ระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้นสรุปได้ว่า ชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

คุณภาพบริการ	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ			
	Estimate	SE	t	p
ค่าคงที่ (a)	0.09	0.05	1.85	0.065
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.36	0.02	23.54	0.001 *
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.71	0.02	36.07	0.001 *
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	-0.00	0.02	-0.14	0.889
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	0.18	0.02	9.19	0.001 *
ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า	0.08	0.03	2.72	0.007 *

Adjust R Square = 0.96 R Square = 0.96 R = 0.98 Durbin Watson = 1.90

*มีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยนำเอาตัวแปรอิสระหรือตัวแปรทำนายทั้งหมดมาพิจารณาว่ามีตัวแปรใดบ้างที่สามารถร่วมกันทำนายตัวแปรตามได้ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรทำนาย 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และ ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอำนาจการพยากรณ์ประมาณร้อยละ 96 (R Square = 0.96)

เมื่อนำค่าสถิติต่าง ๆ มาสร้างสมการพยากรณ์ ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอดอนจาน จังหวัดสระแก้วดังนี้

$$\hat{Y} = 0.09 + 0.71 (\text{ด้านความน่าเชื่อถือ}) * + 0.36 (\text{ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ}) * + 0.18 (\text{ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า}) * + 0.08 (\text{ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า}) *$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ดังต่อไปนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ พนักงานร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการอย่างมืออาชีพ มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และบริการของร้าน รวมถึงสามารถแนะนำและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าได้ การเลือกบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพในทุกกระบวนการของการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติ ภัทท์ ปรีดาธรรม และ อติชาติ โรจนกร (2566) ศึกษาเรื่องโมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 พบว่า ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จจากภาคอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพจำเป็นต้องมุ่งการพัฒนาไปที่คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรก ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพด้านกระบวนการ และคุณภาพของสถานประกอบการ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และสร้างความน่าเชื่อถือ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มอุตสาหกรรมบริการเป็นตัวผลักดันให้เกิดความสำเร็จ จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีในหมู่ผู้ใช้บริการทั้งในด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรม ส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พนักงานร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา มีการตั้งป้ายแสดงราคาค่าบริการประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเห็นและใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังช่วยให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบความถูกต้องของราคาเบื้องต้นได้ด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรินทร์ จันทรสีมารวรรณ ทตมัล แสงสว่างและรุ่งนภา กิตติลาภ (2562) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของงานจัดเก็บรายได้การประปาส่วนภูมิภาค สาขามหาสารคาม พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพในสถานประกอบการสปา ประกอบด้วย การตกแต่งร้านและสิ่งอำนวยความสะดวกที่น่าดึงดูดในแบบไทย โดยสถานประกอบการมีการออกแบบจัดร้านให้สะดวกสบายและทำให้รู้สึกผ่อนคลาย พนักงานของสถานประกอบการสปาแต่งกายใช้เครื่องแบบของทางร้าน และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในร้านสปา มีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน มีการแสดงราคาค่าบริการประเภทต่าง ๆ ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจได้ใช้บริการ

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พนักงานร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา พนักงานมีมารยาท และทำทางที่ต้อบอุ่น การแสดงออกทางท่าทางเป็นมิตรและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าความเต็มใจในการให้บริการจะทำให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษและเป็นที่ยอมรับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฏิภาณ บัณฑุรัตน์ และเสรี วงษมณฑา (2563) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการสปาในประเทศไทยนั้นอยู่ในระดับที่สูง ผู้ใช้บริการชาวจีนมีการรับรู้ว่าสปาไทยมีคุณภาพ และการบริการที่ได้รับนั้นเป็นที่พอใจและประทับใจอย่างมาก ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการบริการมีความสะอาดและปลอดภัย พนักงานมีความยิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสะอาด และมีการให้เกียรติลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้บริการชาวจีนรู้สึกประทับใจในบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของสปาไทยที่มีการตกแต่งอย่างสวยงามและสร้างความผ่อนคลาย จากการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่าการให้บริการของสปาไทยนั้นมีความสามารถในการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นผลจากการดูแลเอาใจใส่ในทุกๆ ด้าน ทั้งในเรื่องของคุณภาพการบริการและความเป็นมิตรของพนักงาน

ด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า พนักงานร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ส่วนใหญ่พนักงานเป็นคนในท้องถิ่นที่คุ้นเคยกับลูกค้าและเข้าใจความแตกต่างของแต่ละคน สามารถสื่อสารได้อย่างง่ายดาย จึงทำให้มีความเอื้ออาทรต่อลูกค้าที่มาใช้บริการเหมือนกับญาติมิตร นอกจากนี้พนักงานยังมีความเข้าใจถึงความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าทุกท่านที่เข้ามาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงอรุณ วรากุลศิริศักดิ์ และ อุมารวรรณ วาทกิจ (2564) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารแบบบอกต่อของธุรกิจสปาในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยด้านการเอาใจใส่ของธุรกิจสปา

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ท่านได้รับความความเอาใจใส่อย่างเป็นส่วนตัวจากพนักงานสถานประกอบการสปา พนักงานสถานประกอบการสปาสามารถรับรู้ถึงความต้องการของท่าน และพนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการเพื่อให้ท่านได้รับความสะดวกสบาย

ข้อเสนอแนะและ/หรือ องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

คุณภาพการบริการ

1. ด้านความน่าเชื่อถือ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ต้องคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสำหรับการบำบัด เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าได้รับการดูแลที่ดีที่สุด รวมไปถึงการรับประกันความพึงพอใจ หากลูกค้าไม่พอใจสามารถขอคืนเงินได้ มีการจัดการข้อร้องเรียนและปัญหาจากลูกค้าอย่างรวดเร็วและยุติธรรมช่วยเพิ่มความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือของการให้บริการ

2. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ต้องใช้เสียงเพลงจังหวะช้า หรือเสียงธรรมชาติ เช่น เสียงน้ำไหลเพื่อการสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย นอกจากนี้ อาจเพิ่มกลิ่นหอมอ่อน ๆ จากน้ำมันอโรมาเพื่อช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและสดชื่นยิ่งขึ้น และจัดพื้นที่สำหรับลูกค้าที่จะพักผ่อนก่อนและหลังการรับบริการ โดยพื้นที่ดังกล่าวควรออกแบบให้สบายและชวนให้ผ่อนคลาย ทำให้ลูกค้าได้ปรับสภาพจิตใจให้ผ่อนคลายเต็มที่ก่อนเข้ารับการบำบัด

3. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ ต้องใช้การสื่อสารที่เข้าใจง่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ Facebook, Instagram, Twitter และ TikTok ในการโปรโมต แสดงขั้นตอนการบริการ การรีวิวจากลูกค้า หรือข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ การให้ข้อมูลที่ครบถ้วนจะช่วยสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจให้กับลูกค้า

4. ด้านความเข้าใจ และรู้จักลูกค้า ลูกค้าร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา ต้องจัดทำฐานข้อมูลเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าที่สำคัญ เช่น ประวัติการใช้บริการ ความชอบเฉพาะบุคคล และประวัติการแพ้สารเคมีหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล และการขอความคิดเห็นจากลูกค้าหลังรับบริการซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่ต้องปรับปรุง อีกทั้งยังสามารถใช้ข้อมูลนี้ในการพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในเขตพื้นที่อำเภออื่นในจังหวัดสระแก้ว เพื่อนำผลมาเปรียบเทียบสนับสนุนให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษารูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้สร้างความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ผลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านเรือนทิพรส มาสสาจ แอนด์ สปา อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เพื่อคาดคะเนความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *หลักสถิติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติภัทท์ ปรีดาธรรม และอดิชาติ โรจนกร. (2566). โมเดลการการพัฒนาคความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศ*, 10(7), 48-67.
- กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ. (2559). *พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ*. นนทบุรี: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กระทรวงสาธารณสุข.
- บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน). (2565). *รายงานประจำปี 2565 แบบ 56-1 ONE REPORT*. สืบค้นจาก https://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/ONE_Report_Book_2022_TH_Final3.pdf.
- ปฎิภาณ บัณฐรัตน์ และเสรี วงษมณฑา. (2563). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการสปาในประเทศไทย. *วารสารรัชตภาค*, 14(35), 92-103.
- พุทธพร อักษรไพโรจน์. (2561). *ธุรกิจสปาไทย: มิติของการพัฒนาทุนมนุษย์ภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- วัชรินทร์ จันท์สีมารวรรณ, ทตมัล แสงสว่าง และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2019). ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของงานจัดเก็บรายได้การประปาส่วนภูมิภาค สาขามหาสารคาม. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 9(1), 4-16.
- ศรัณย์ธร โคจิพลากุล. (2566). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 10(มกราคม-มิถุนายน), 1-13.
- แสงอรุณ วรากุลศิริศักดิ์ และอุมาวรรณ วาทกิจ. (2021). คุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารแบบบอกต่อของธุรกิจสปาในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(มกราคม-เมษายน), 87-99.
- หนังสือพิมพ์รายวันข่าวหุ้นกระบอกเสียงอิสระแห่งตลาดทุนธุรกิจ. (2564). *ลมหายใจ ธุรกิจสปา*. สืบค้นจาก https://www.kaohoon.com/column/481402_
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). London: Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Son, C. (2018). *A study of factors relating to Thailand-Cambodia cross-border clothing trade between Aranyaphrathet and Poipet* (Independent study, Master of Business Administration, Siam University).
- The jamovi project (2022). jamovi. (Version 2.3) [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>.