

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการมาตรฐานธุรกิจเคหะสถานประกอบการเคหะสถาน ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research)และคุณภาพ(Qualitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสถิติทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for The Social Sciences หรือ SPSS) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเคหะสถาน
2. ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคหะสถานของผู้ใช้บริการเคหะสถาน
3. ข้อมูลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะทั่วไปในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ใช้บริการเคหะสถาน
4. ผลการวิจัยรูปแบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสถานประกอบการธุรกิจเคหะสถาน
5. ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจเคหะสถานเรื่องกำหนดมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ตาม พ.ร.บ.สถานบริการ พ.ศ. 2509
6. ข้อมูลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค(SWOT Analysis) รูปแบบการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ประกอบการธุรกิจเคหะสถาน

#### 1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเคหะสถาน

ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งมีผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเคย์สปา

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเคย์สปา	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	72	32.3
หญิง	151	67.7
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 15 ปี	-	-
15-24 ปี	66	29.6
25-34 ปี	62	27.8
35-44 ปี	56	25.1
45-54 ปี	29	13.0
55-64 ปี	9	4.0
65 ปีขึ้นไป	1	0.4
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	4	1.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	4.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	22	9.9
อนุปริญญา/ปวส.	27	12.1
ปริญญาตรี	125	56.1
สูงกว่าปริญญาตรี	34	15.2
กำลังศึกษาต่อ	2	0.9
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเคย์สปา (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเคย์สปา	จำนวน	ร้อยละ
<b>4. อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	58	20.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	4.0
รับราชการ	65	29.1
พนักงานบริษัท	28	2.6
ประกอบกิจการส่วนตัว	32	14.3
รับจ้างทั่วไป	6	2.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	7	3.1
ข้าราชการบำนาญ	18	8.1
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>
<b>5. รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	80	35.9
10,001-20,000 บาท	75	33.6
20,001-30,000 บาท	43	19.3
สูงกว่า 30,000 บาท	25	11.2
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 1 อธิบายได้ดังนี้

1. เพศ ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 ที่เหลือ จำนวน 72 คน เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.3

2. อายุ ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 อายุอยู่ระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 อายุอยู่ระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อายุอยู่ระหว่าง 55-64 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และน้อยที่สุดมีอายุ 65 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

3. ระดับการศึกษา ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา มีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่า

ปริญญาตรี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และน้อยที่สุดคือ กำลังศึกษาต่อ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

4. อาชีพ ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 อาชีพประกอบกิจการส่วนตัว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อาชีพอื่นๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และน้อยที่สุดอาชีพข้าราชการบำนาญ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

5. รายได้ต่อเดือน ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาได้มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 รายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และน้อยที่สุดมีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2

## 2. ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคหะสาขาของผู้ใช้บริการเคหะสาขา

ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าว สามารถอธิบายได้ ดังตารางที่ 2 - 10

ตารางที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคหะสาขาของผู้ใช้บริการเคหะสาขาเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการ

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคหะสาขาของผู้ใช้บริการเคหะสาขาเกี่ยวกับความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการสาขา		
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	23	10.3
เดือนละ 1-2 ครั้ง	60	26.9
ปีละ 1-2 ครั้ง	13	5.8
นานๆ ครั้ง	127	57.0
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 2 อธิบายได้ว่า ความถี่ในการใช้บริการสาขา ส่วนใหญ่ใช้บริการนานๆ ครั้ง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ใช้บริการสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และความถี่ในการใช้บริการน้อยที่สุด คือ ปีละ 1-2 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับวันที่ใช้บริการ

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับวันที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการสปาในวันใด		
วันจันทร์-วันศุกร์	30	13.5
วันเสาร์-อาทิตย์	158	70.9
วันหยุดนักขัตฤกษ์	35	15.7
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 3 อธิบายได้ว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการสปาในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และวันที่มาใช้บริการสปาน้อยที่สุดคือ วันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ท่านใช้บริการสปาในช่วงเวลาใดเป็นประจำ		
08.00-12.00 น.	26	11.7
12.01-18.00 น.	98	43.9
18.01-22.00 น.	99	44.4
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 4 อธิบายได้ว่า ช่วงเวลาที่มาใช้บริการสปาเป็นประจำ ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 และน้อยที่สุดคือ ใช้บริการในช่วงเวลา 08.00-12.00 น. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคหะสปาของผู้ใช้บริการเคหะสปาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคหะสปาของผู้ใช้บริการเคหะสปาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>วัตถุประสงค์ในการใช้สปาของท่าน</b>		
คลายเครียด	71	31.8
ดูแลสุขภาพ	39	17.5
เสริมความงาม	36	16.1
ลดน้ำหนัก	4	1.8
บำบัด/รักษาโรค	5	2.2
ทดลองทรีทเมนท์ต่างๆ	3	1.3
ผ่อนคลายลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ	64	28.7
ผ่อนคลายโดยไม่มีอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ	1	0.4
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 5 อธิบายได้ว่า วัตถุประสงค์ในการบริการ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อดูแลสุขภาพ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อเสริมความงาม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อบำบัด/รักษาโรค จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อลดน้ำหนัก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อทดลองทรีทเมนท์ต่างๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และน้อยที่สุดมีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายโดยไม่มีอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 6 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคสสปาของผู้ใช้บริการเคสสปาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการเคสสปา

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคสสปาของผู้ใช้บริการเคสสปาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการเคสสปา	จำนวน*	ร้อยละ**
<b>ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการเคสสปา</b>		
- สถานที่สวยงาม บรรยากาศดี	142	63.68
- ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	135	60.54
- ความหลากหลายของบริการที่น่าเสนอ	84	37.67
- ราคาบริการที่สมเหตุสมผล	171	76.68
- การประชาสัมพันธ์และ โปรโมชันที่จูงใจ	74	33.18
- ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ	113	50.67
- ความสะอาดของสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์และ ผู้ให้บริการ	143	64.12
- มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพคอยให้คำแนะนำปรึกษา	109	48.88
- ผู้ให้บริการและบุคลากรของสปาให้บริการได้น่าพึงพอใจ	118	52.91
- ผู้ให้บริการและบุคลากรของสปา มีความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส	125	56.05
- มีอุปกรณ์ที่ให้บริการเช่น เครื่องพ่นไอโซน อ่างอาบน้ำ ที่ทันสมัย และใช้การได้ดี	74	33.18
- มีสูตรสมุนไพร/สูตรน้ำมันหอมระเหย/วิธีการนวดที่เป็น เอกลักษณ์ของตนเอง	116	52.02
- มีระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับผู้รับบริการ เช่น มี สัญญาณ เตือนภัยคำแนะนำในการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ และอุปกรณ์ ป้องกันอัคคีภัย	67	30.04
- แพคเกจที่น่าเสนอประกอบด้วยรายการที่ตรงกับความต้องการ	81	36.32
- ชื่อเสียง/ภาพลักษณ์ที่ดีของสถานบริการสปา	84	37.67
- มีบริการหลังการใช้บริการ	11	4.93

หมายเหตุ \*ตอบมากกว่า 1 ข้อ

\*\* ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเทียบตามจำนวนตัวอย่าง 223 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานบริการเคย์สปามากที่สุด ได้แก่ ราคาบริการที่สมเหตุสมผล คิดเป็นร้อยละ 76.68 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์และผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 64.12 สถานที่สวยงาม บรรยากาศดี คิดเป็นร้อยละ 63.68 ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 60.54 ผู้ให้บริการและบุคลากรของสปามีความสุข อ่อนน้อม ยิ้ม แย้มแจ่มใส คิดเป็นร้อยละ 56.05 ผู้ให้บริการและบุคลากรของสปาให้บริการได้น่าพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 52.91 มีสูตรสมุนไพร/สูตรน้ำมันหอมระเหย/วิธีการนวดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 52.02 ได้รับการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 50.67 มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพคอยให้คำแนะนำปรึกษา คิดเป็นร้อยละ 48.88 ความหลากหลายของบริการที่น่าเสนอและชื่อเสียง/ภาพลักษณ์ที่ดีของสถานบริการสปา คิดเป็นร้อยละ 37.67 เท่ากัน แพคเกจที่น่าเสนอประกอบด้วยรายการที่ตรงกับความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 36.32 การประชาสัมพันธ์และโปรโมชั่นที่จูงใจและมีอุปกรณ์ที่ให้บริการเช่น เครื่องพ่นไอโซน อ่างอาบน้ำ ที่ทันสมัยและใช้การได้ดี มีระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับผู้รับบริการ เช่น มีสัญลักษณ์เตือนภัยคำแนะนำในการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ และอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย คิดเป็นร้อยละ 33.18 เท่ากัน และมีบริการหลังการใช้บริการเป็นปัจจัยที่น้อยที่สุดในการตัดสินใจเลือกสถานบริการเคย์สปา คิดเป็นร้อยละ 4.93 จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการนั้น จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล เป็นอันดับแรก และรองลงมา ได้แก่ ความสะอาด และท่าเลสถานที่ตั้ง ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการสถานบริการสปาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญดังกล่าวเป็นอย่างมาก เป็นที่น่าสังเกตว่า ปัจจัยเกี่ยวกับการได้รับรองมาตรฐานสถานประกอบการสปานั้น ผู้ใช้บริการยังให้ความสำคัญอยู่ในลำดับที่รองลงมา แต่ก็เป็นเรื่องที่ทางผู้ประกอบการก็ต้องใส่ใจในการปรับปรุงเป็นอันดับแรกๆ เพื่อให้เป็นไปตามตามระเบียบและกฎหมายด้วย

ตารางที่ 7 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการสปาบ่อยที่สุด

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการสปาบ่อยที่สุด	จำนวน*	ร้อยละ**
<b>ท่านใช้บริการสปาลักษณะใดบ่อยที่สุด</b>		
การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย	76	34.08
การนวดไทย	112	50.22
การนวดประคบสมุนไพร	67	30.04
การทำทรีทเมนต์หน้า	65	29.15
การนวดเท้า	76	34.08
การนวดหลัง ไหล่ และศรีษะ	82	36.77
การขัดผิวด้วยสมุนไพร/การขัดผิวด้วยการห่อ/พอก	57	25.56
การทำเล็บมือ/เล็บเท้า	38	17.04
สปาผม	3	0.01

หมายเหตุ \*ตอบมากกว่า 1 ข้อ

\*\* ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเทียบตามจำนวนตัวอย่าง 223 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 7 พบว่า ลักษณะและรูปแบบการใช้บริการสปาบ่อยที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 50.22 บอกว่า ได้แก่ การนวดไทย รองลงมาอีกร้อยละ 36.77 บอกว่า ได้แก่ การนวดหลัง ไหล่ และศรีษะ ร้อยละ 34.08 ใช้บริการการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยและการนวดเท้า ร้อยละ 30.04 ชอบใช้บริการการนวดประคบสมุนไพร ร้อยละ 29.15 ชอบใช้บริการการทำทรีทเมนต์หน้า ร้อยละ 25.56 ชอบใช้บริการการขัดผิวด้วยสมุนไพร/การขัดผิวด้วยการห่อ/พอก ร้อยละ 17.04 ใช้บริการการทำเล็บมือ/เล็บเท้า และที่ใช้บริการ สปาผมมีผู้ใช้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.01 ซึ่งจะสังเกตได้ว่า รูปแบบการนวดไทย การนวดหลัง ไหล่ ศรีษะ เพื่อการผ่อนคลายความเครียดและกล้ามเนื้อยังเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการมักชอบใช้เป็นลำดับแรกๆ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีการบริหารจัดการเพื่อการเตรียมการบริการดังกล่าว

ตารางที่ 8 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของ  
ผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่มาใช้บริการ

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจ เคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ ที่มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่ท่านเข้ามาใช้บริการสปา		
ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	51	22.9
มากกว่า 1 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง	121	54.3
มากกว่า 2 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	40	17.9
มากกว่า 3 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง	7	3.1
มากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป	4	1.8
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 8 อธิบายได้ว่า ระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งที่มาใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการมากกว่า 1 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการไม่เกิน 1 ชั่วโมง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการมากกว่า 2 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการมากกว่า 3 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 4 ชั่วโมง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และน้อยที่สุดคือใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการมากกว่า 4 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 9 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์ สปาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
<b>ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง</b>		
ต่ำกว่า 500 บาท	94	42.2
501-1,000บาท	85	38.1
1,001-3,000บาท	38	17.0
มากกว่า 3,000 บาท	6	2.7
<b>รวม</b>	<b>223</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 9 อธิบายได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ส่วนใหญ่จ่ายต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาจ่ายตั้งแต่ 501-1,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 จ่ายตั้งแต่ 1,001-3,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และน้อยที่สุดคือจ่ายมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 10 ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจเคย์สปาของ  
ผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสถานบริการสปา

ข้อมูลพฤติกรรมและปัจจัยการใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจ เคย์สปาของผู้ใช้บริการเคย์สปาเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก สถานบริการสปา	จำนวน*	ร้อยละ**
<b>ทำนรู้จักสถานบริการสปานี้จากแหล่งข้อมูลใด</b>		
รู้จักด้วยตนเอง	88	39.46
คำแนะนำของญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก	159	71.30
สื่ออินเทอร์เน็ต	39	17.49
แผ่นพับประชาสัมพันธ์	46	20.63
สื่อโฆษณาทางวิทยุ	24	10.76
สื่อโทรทัศน์จากละคร	7	3.14

หมายเหตุ \*ตอบมากกว่า 1 ข้อ

\*\* ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเทียบตามจำนวนตัวอย่าง 223 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 10 พบว่า แหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างรู้จักสถานบริการ  
สปามากที่สุด ได้แก่ คำแนะนำของญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 71.30 รองลงมา ได้แก่  
รู้จักด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 39.46 รู้จักจากแผ่นพับประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 20.63 รู้จัก  
ทางสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.49 ทางสื่อโฆษณาวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 10.76 และจาก  
สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.14 จะเห็นได้ว่า เรื่องของการโฆษณาแบบปาก  
ต่อปากจากญาติ จากเพื่อนและจากคนรู้จักนั้น เป็นการประชาสัมพันธ์ที่น่าจะได้ผลมากที่สุด แต่  
ทั้งนี้ก็ไม่ได้หมายความว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่ออื่นๆ ไม่ได้ผล ซึ่งเป็นเรื่องที่น่า  
น่าสนใจในการประชาสัมพันธ์ให้ถึงตัวมากยิ่งขึ้น ให้เหมือนกับการบอกปากต่อปากนั่นเอง

### 3. ข้อมูลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะทั่วไปในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้ใช้บริการเคย์สปา

ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าว สามารถอธิบายได้ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ข้อมูลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะทั่วไปในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้ใช้บริการเคย์สปา

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ผลิตภัณฑ์</b>								
1. ผลิตภัณฑ์ที่นำมาบริการมีคุณภาพและมาตรฐานที่เชื่อถือได้	22.40	47.10	29.60	0.90	-	3.91	0.74	มาก
2. ใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติ	26.90	43.50	27.40	2.20	-	3.95	0.80	มาก
3. ผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการมีความหลากหลายสามารถเลือกใช้ได้ตามความพึงพอใจ	20.20	41.30	35.90	2.20	0.4	3.78	0.80	มาก
<b>ราคา</b>								
4. ราคามีความเหมาะสมกับการบริการ	26.00	39.00	33.60	1.30	-	3.90	0.80	มาก
5. มีการระบุราคาชัดเจน	31.40	37.70	26.50	4.00	0.40	3.96	0.88	มาก
6. มีรูปแบบของราคาที่สามารถเลือกจ่ายเป็นแพ็คเกจ คอร์ส จำนวนครั้งที่ให้บริการ	26.90	38.10	27.40	6.70	2.00	3.83	0.93	มาก

ตารางที่ 11 ข้อมูลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะทั่วไปในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้ใช้บริการ เคย์สปา (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ทำเลที่ตั้ง</b>								
7. ความสะดวกในการเดินทาง	29.60	38.10	32.30	-	-	3.97	0.79	มาก
8. บรรยากาศและการตกแต่งภายใน	30.00	40.80	29.10	-	-	4.00	0.77	มาก
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>								
9. ชื่อเสียงของสถานบริการ	22.00	35.00	41.30	13.0	0.40	3.77	0.82	มาก
10. มีการโฆษณาในใบปลิว แผ่นพับและสื่อต่างๆ	10.30	33.20	44.80	9.40	2.20	3.40	0.88	ปานกลาง
11. สมัครเป็นสมาชิกได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ	14.80	29.10	42.20	10.80	3.10	3.41	0.97	มาก
12. มีการลดราคาในโอกาสพิเศษต่างๆ	14.30	35.00	38.60	10.80	1.30	3.50	0.92	มาก
13. สามารถดูรายละเอียดต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตได้	14.80	26.00	39.90	13.90	5.40	3.30	1.06	ปานกลาง
<b>บุคลากรในการให้บริการ</b>								
14. มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการให้บริการ	26.50	48.00	25.60	-	-	4.00	0.72	มาก
15. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	22.90	50.70	26.00	0.40	-	3.96	0.71	มาก
16. มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ	26.50	48.90	24.70	-	-	4.02	0.72	มาก

ตารางที่ 11 ข้อมูลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะทั่วไปในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้ใช้บริการเคย์สปา (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
17. ความสุภาพในการปฏิบัติหน้าที่	22.90	49.80	25.60	1.80	-	3.94	0.75	มาก
18. การแนะนำบริการสปา	17.90	45.70	32.30	4.00	-	3.78	0.79	มาก
19. การตอบข้อสงสัย	15.70	44.40	35.90	4.00	-	3.72	0.78	มาก
20. ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ	17.50	43.50	37.20	1.30	0.40	3.76	0.77	มาก
<b>ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ</b>								
21. สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	22.00	40.40	32.70	4.00	0.90	3.78	0.86	มาก
22. ความสวยงามของสถานที่บริการ	23.30	40.80	34.50	1.30	-	3.86	0.79	มาก
23. ความสะอาดของสถานที่บริการ	30.50	40.40	28.70	0.40	-	4.00	0.78	มาก
24. ความเพียงพอของเก้าอี้นั่งรอ	14.80	39.90	42.20	3.10	-	3.66	0.77	มาก
25. ความเพียงพอของจำนวนห้องนวด	17.50	42.60	34.50	4.90	0.40	3.72	0.83	มาก
26. เสียงเพลงที่เปิดระหว่างการนวด	16.10	37.70	40.40	4.00	1.80	3.62	0.87	มาก
27. บรรยากาศในห้องนวด	22.90	41.30	34.10	1.30	0.40	3.85	0.80	มาก
28. ห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ	25.10	43.50	29.10	2.20	-	3.92	0.79	มาก
29. การถ่ายเทอากาศภายในสปา	22.90	42.20	32.70	2.20	-	3.86	0.79	มาก

ตารางที่ 11 ข้อมูลความพึงพอใจและข้อเสนอแนะทั่วไปในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้ใช้บริการเคย์สปา (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
30. แสงสว่างภายในสปา	18.80	39.00	38.60	2.70	0.90	3.72	0.83	มาก
31. อุปกรณ์ภายในห้องสปา มีความทันสมัย	20.60	35.00	41.30	3.10	-	3.73	0.82	มาก
32. ความเป็นสัดส่วน ระหว่างการใช้บริการ	20.20	42.60	33.60	3.60	-	3.79	0.80	มาก
33. ความเงียบสงบของสถานที่	26.00	36.80	35.90	0.90	0.40	3.87	0.83	มาก
<b>กระบวนการให้บริการ</b>								
34. ความหลากหลายของการบริการ	18.40	43.50	36.30	1.30	0.40	3.78	0.77	มาก
35. ระยะเวลาในการรอรับบริการ	15.70	39.90	37.70	6.70	-	3.65	0.83	มาก
36. ระยะเวลาในการให้บริการ	19.70	41.30	37.70	1.30	-	3.79	0.77	มาก
37. ความปลอดภัยในการให้บริการ	24.20	44.40	29.10	2.20	-	3.91	0.79	มาก
38. ความสะอาดของวัสดุ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้	26.50	37.70	35.00	0.90	-	3.90	0.80	มาก
39. ลำดับขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว	19.70	45.30	31.40	3.60	-	3.81	0.79	มาก
40. ความเหมาะสมของเวลา เปิด-ปิดการให้บริการ	19.70	42.60	35.90	1.30	0.40	3.80	0.78	มาก

จากตารางที่ 11 ในการวิจัยข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ใช้บริการเคย์สปา สามารถอธิบายได้ ดังนี้

(1) ด้านตัวผลิตภัณฑ์ จากการวิจัย พบว่า ทุกปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติ ( $\bar{X}$ = 3.95) ผลิตภัณฑ์ที่นำมาบริการมีคุณภาพและมาตรฐานที่เชื่อถือได้ ( $\bar{X}$ = 3.91) และ ผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการมีความหลากหลาย สามารถเลือกใช้ได้ตามความพึงพอใจ ( $\bar{X}$ = 3.78) ตามลำดับ

(2) ด้านราคา จากการวิจัย พบว่า ทุกปัจจัยด้านราคาทำให้ผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คือ มีการระบุราคาชัดเจน ( $\bar{X}$ = 3.96) ราคามีความเหมาะสมกับการบริการ ( $\bar{X}$ = 3.90) และมีรูปแบบของราคาที่สามารถเลือกจ่ายเป็น แพคเกจ คอร์ส จำนวนครั้งที่ให้บริการ ( $\bar{X}$ = 3.83) ตามลำดับ

(3) ด้านทำเลที่ตั้ง จากการวิจัย พบว่า ทุกปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ บรรยากาศและการตกแต่งภายใน ( $\bar{X}$ = 4.00) และ ความสะดวกในการเดินทาง ( $\bar{X}$ = 3.97) ตามลำดับ

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของสถานบริการ ( $\bar{X}$ = 3.77) มีการลดราคาในโอกาสพิเศษต่างๆ ( $\bar{X}$ = 3.50) และการสมัครเป็นสมาชิกได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ( $\bar{X}$ = 3.41) ตามลำดับส่วนความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาในใบปลิวแผ่นพับและสื่อต่างๆ ( $\bar{X}$ = 3.40) และสามารถดูรายละเอียดต่างๆทางอินเทอร์เน็ตได้ ( $\bar{X}$ = 3.30)

(5) ด้านบุคลากรในการให้บริการ จากการวิจัย พบว่า ทุกปัจจัยของด้านบุคลากรในการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การมีความเอาใจใส่ในการให้บริการ ( $\bar{X}$ = 4.02) การมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการให้บริการ ( $\bar{X}$ = 4.00) พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ( $\bar{X}$ = 3.96) พนักงานมีความสุภาพในการปฏิบัติหน้าที่ ( $\bar{X}$ = 3.94) มีการแนะนำบริการสปา ( $\bar{X}$ = 3.78) ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ ( $\bar{X}$ = 3.76) และข้อที่มีค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ การตอบข้อสงสัย ( $\bar{X}$ = 3.72) ตามลำดับ

(6) ด้านปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ จากการวิจัย พบว่า ทุกปัจจัยของด้านปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่บริการ ( $\bar{X}$ = 4.00) ห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ ( $\bar{X}$ = 3.92) ความเงียบสงบของสถานที่ ( $\bar{X}$ = 3.87) ความสวยงามของสถานที่บริการและการถ่ายเทอากาศภายในสปา ( $\bar{X}$ = 3.86) บรรยากาศในห้องนวด ( $\bar{X}$ = 3.85) ความเป็นสัดส่วนระหว่างการใช้บริการ ( $\bar{X}$ = 3.79) สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ( $\bar{X}$ = 3.78) อุปกรณ์ภายในห้องสปา มีความทันสมัย ( $\bar{X}$ = 3.73) ความเพียงพอของจำนวนห้องนวด



และแสงสว่างภายในสปา ( $\bar{X}$ = 3.72) ความเพียงพอของเก้าอี้นั่งรอ ( $\bar{X}$ = 3.66) และ เสียงเพลงที่เปิดระหว่างการนวด ( $\bar{X}$ = 3.62) ตามลำดับ

(7) ด้านกระบวนการให้บริการ จากการวิจัย พบว่า ทุกปัจจัยของกระบวนการให้บริการ ได้ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความปลอดภัยในการให้บริการ ( $\bar{X}$ = 3.91) ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ( $\bar{X}$ = 3.90) ลำดับขั้นตอนในการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว ( $\bar{X}$ = 3.81) ความเหมาะสมของเวลาเปิด-ปิดการให้บริการ ( $\bar{X}$ = 3.80) ระยะเวลาในการให้บริการ ( $\bar{X}$ = 3.79) ความหลากหลายของการบริการ ( $\bar{X}$ = 3.78) และ ระยะเวลาในการรอรับบริการ ( $\bar{X}$ = 3.65) ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปา โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการนั้น เกือบทุกปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดที่สอบถาม ได้รับการตอบสนองในด้านความพึงพอใจในระดับมากเกือบทั้งหมด ถึงแม้ว่าจะไม่มีความคิดเห็นของความคิดเห็นในระดับมากที่สุดเลยก็ตาม แต่ก็ยังเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเพื่อการนำไปสู่ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในอนาคตต่อไปได้

#### 4. ผลการวิจัยรูปแบบการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปา

จากการวิจัยความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปาในการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ สามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้

##### การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

การจัดการด้านสถานที่และการสร้างบรรยากาศในสถานประกอบการสปา จากการศึกษาพบว่า โดยรวมผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปาได้มีการจัดการด้านสถานที่และการสร้างบรรยากาศในสถานประกอบการสปาให้มีความสวยงาม เหมาะสม และถูกสุขลักษณะ โดยเน้นบรรยากาศให้มีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด

การจัดการด้านกลิ่นหรือการใช้น้ำมันหอมระเหยในสถานประกอบการสปา จากการศึกษาพบว่า โดยรวมผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปาได้มีการจัดการด้านกลิ่นหรือการใช้น้ำมันหอมระเหยในสถานประกอบการสปาให้มีความหอมสดชื่นแบบธรรมชาติและคงอยู่ยาวนาน ไม่ระคายเคืองต่อทางเดินหายใจของผู้มาใช้บริการ

การใช้เสียงดนตรีและเสียงธรรมชาติในสถานประกอบการสปา จากการศึกษาพบว่า โดยรวมผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปาได้มีการใช้เสียงดนตรีและเสียงธรรมชาติในสถาน

ประกอบการ เพื่อสร้างสีสันในการให้บริการไม่น่าเบื่อและขับกล่อมอารมณ์ผู้มาใช้บริการให้เกิดความเพลิดเพลินในขณะที่มาใช้บริการหรือขณะที่รอใช้บริการ

ลักษณะการนวดและบริการเสริมอื่นๆ จากการวิจัย พบว่า โดยรวมผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปาได้มีการนวดในลักษณะต่างๆ และบริการเสริมอื่นๆ ได้แก่ การนวดแผนไทย การนวดฝ่าเท้า การนวดกดจุด และบริการน้ำคั้น น้ำสมุนไพรหรือน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ขนมนว้าง ในการมาใช้บริการแต่ละครั้ง

แหล่งในการหาวัตถุดิบ จากการวิจัย พบว่า โดยรวมผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปาได้มีการหาแหล่งวัตถุดิบตามร้านค้าตามท้องตลาดทั่วไปที่มีการขายวัตถุดิบประเภทสมุนไพรทั้งสดและสำเร็จรูป

ปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ จากการวิจัย พบว่า ความต้องการของผู้ใช้บริการเคย์สปาต่อปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ที่มีมากที่สุด คือ ความต้องการสินค้าที่มีการประกันคุณภาพ รองลงมา ได้แก่ หลังการขายมีการจัดอบรมการใช้ผลิตภัณฑ์และให้ความรู้ในส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองว่าใช้กระบวนการผลิตโดยธรรมชาติและส่งของหรือผลิตภัณฑ์ได้ตรงกำหนดและครบถ้วน การบริการหลังการขายที่ดี มีการส่งข้อมูลแนะนำสินค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ ต้องเป็นบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและบรรจุภัณฑ์ที่น่าดึงดูดใจ ต้องเป็นบริษัทหรือหน่วยงานของไทย และความต้องการน้อยที่สุด คือ ต้องเป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ

แนวทางการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา จากการวิจัย พบว่า โดยรวมผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปาได้มีแนวทางการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา คือ บริหารจัดการจัดสรรการใช้ผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมต่อการใช้ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปานั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีต้นทุนสูง ดังนั้นจึงควรมีการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปาให้มีความเหมาะสม

#### การจัดการด้านราคา

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการกำหนดอัตราค่าบริการที่มีมากที่สุด คือ ต้นทุนในการดำเนินงาน รองลงมา ได้แก่ สภาพการแข่งขัน การกำหนดราคากลางจากสมาคมหรือชมรมที่เกี่ยวข้องกับสปา และน้อยที่สุด คือ คุณภาพของบริการ

สำหรับอัตราค่าบริการแต่ละประเภทในสถานประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปา จากการวิจัย พบว่า โดยรวมอัตราค่าบริการที่พบ คือ นวดน้ำมัน 500 บาทต่อชั่วโมง นวดไทย 250 บาทต่อชั่วโมง นวดฝ่าเท้า/กดจุด 200 บาทต่อชั่วโมง การขัดตัว/ห่อตัว 500 บาทต่อชั่วโมง การนวดหน้า/ขัดหน้า 350 บาทต่อชั่วโมง สตรีม/ชาวน่า 200 บาทต่อชั่วโมง

### การจัดการด้านสถานที่

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยในการเลือกทำที่ตั้งของสถานประกอบการสปาที่มีมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอต่อการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ สถานประกอบการสปาใกล้แหล่งชุมชน/ธุรกิจและรวมถึงความปลอดภัยต่อการมาใช้บริการ และน้อยที่สุด คือ ใกล้แหล่งอุปโภคบริโภค

### การจัดการด้านส่งเสริมการตลาด

จากการวิจัย พบว่า การจัดการด้านส่งเสริมการตลาดในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่นิยมทำกันมากที่สุด คือ การจัดทำไปปลิวและการบอกเล่าแบบปากต่อปากของลูกค้า รองลงมา ได้แก่ การใช้แผ่นพับ การจัดทำโปสเตอร์และการใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามท้องถนน การจัดทำเว็บไซต์ การออกบูธร่วมกับภาคเอกชนและภาครัฐ และการซื้อสปอตโฆษณาวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทนำเที่ยว และนิยมน้อยที่สุด คือ การจัดงานเปิดร้านและโฆษณาลงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

### การจัดการด้านบุคลากรในการให้บริการ

จากการวิจัย พบว่า วิธีการในการสรรหาพนักงานที่ใช้มากที่สุด คือ ติดต่อผ่านทางมหาวิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาโดยตรง รองลงมา ได้แก่ เฟ้นหาบุคลากรในหมู่บ้านต่างอำเภอประกาศตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารวิทยุ ไปปลิว เป็นต้น รับเป็นนักศึกษาฝึกอบรมก่อนแล้วค่อยเป็นพนักงาน และคิดป้ายหน้าร้าน

คุณสมบัติของพนักงานให้บริการ จากการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการเคยสปามีความต้องการคุณสมบัติของพนักงานให้บริการมากที่สุด คือ มีจิตใจรักการบริการ รองลงมา ได้แก่ มีมารยาทและความอ่อนน้อม จบการศึกษาด้านการนวดหรือผ่านการนวดที่ได้ใบรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ มีบุคลิกภาพดี มีประสบการณ์ทางการนวดมาก่อนและมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา เช่น สมุนไพร น้ำมันหอมระเหย มีความรู้ในเรื่องการใช้อุปกรณ์ประกอบการบริการสปา เช่น หิ้งชาม่า เครื่องอบโอโซน มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี มีความรู้ด้านการบริการสปาขั้นพื้นฐาน และความต้องการน้อยที่สุด คือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

แนวทางในการฝึกพนักงานก่อนเข้าทำงาน จากการวิจัย พบว่า แนวทางฝึกที่ใช้มากที่สุด คือ จ้างผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์มาเป็นผู้ฝึกอบรมพนักงาน รองลงมา ได้แก่ ส่งไปอบรมตามหน่วยงานที่จัดอบรมความรู้และองค์กรจัดฝึกอบรมเอง และน้อยที่สุด คือ เรียนรู้จากหัวหน้าพนักงาน ซึ่งระยะเวลาที่ใช้ในการฝึกพนักงานใหม่ ส่วนมากจะมีระยะเวลาในการฝึก คือ 1 เดือน

### การจัดการด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการในการบริการที่สำคัญที่สุด จากการวิจัยข้อมูลโดยรวม พบว่า กระบวนการในการบริการที่สำคัญที่สุด คือ การต้อนรับและเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

ปัญหาที่พบในระหว่างการให้บริการและมีวิธีแก้ไขปัญหา จากการวิจัยข้อมูลโดยรวม พบว่า ปัญหาที่พบในระหว่างการให้บริการและมีวิธีแก้ไขปัญหา คือ ความไม่พึงพอใจต่อการบริการของพนักงาน เช่น นวดแรงเกินไป หรืออธิบายลักษณะการนวดไม่เข้าใจ ซึ่งวิธีการแก้ปัญหา คือ ต้องฝึกอบรมการนวดให้แก่พนักงานได้เข้าใจอย่างชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้ถูกต้อง เพื่อครั้งต่อไปจะได้สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิมและลูกค้าเกิดความประทับใจ

วิธีจัดการเมื่อลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในกระบวนการบริการ จากการวิจัยข้อมูลโดยรวม พบว่า วิธีจัดการเมื่อลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในกระบวนการบริการ คือ การดูแลผู้ให้บริการอย่างดีสม่ำเสมอ พร้อมน้อมรับคำติชมและนำไปแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม

### ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ

จากการวิจัย พบว่า ความต้องการของผู้ใช้บริการเคยสปร่าต่อปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพที่มีมากที่สุด คือ ความสะอาดของสถานที่บริการ รองลงมา ได้แก่ ห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ความเพียงพอของจำนวนห้องนวดและการถ่ายเทอากาศภายในสปร่า ความสวยงามของสถานที่บริการ เสียงเพลงที่เปิดระหว่างการนวด บรรยากาศในห้องนวด แสงสว่างภายในสปร่าและอุปกรณ์ภายในห้องสปร่ามีความทันสมัย ความเป็นสัดส่วนระหว่างการให้บริการ และความต้องการน้อยที่สุด คือ ความเพียงพอของเก้าอี้นั่งรอ

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ท่านประสบมากที่สุด คือ การขาดแคลนจำนวนบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ

### 5. ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจเคยสปร่าเรื่องกำหนดมาตรฐานสถานประกอบการสปร่าเพื่อสุขภาพ ตาม พรบ. สถานบริการ พ.ศ. 2509

จากการวิจัย พบว่า ประเด็นในข้อกำหนดที่ผู้ประกอบการธุรกิจเคยสปร่าปฏิบัติตามได้ยากที่สุด คือ มาตรฐานผู้ให้บริการ รองลงมา ได้แก่ มาตรฐานสถานที่ มาตรฐานผู้ดำเนินการ และมาตรฐานการบริการ

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจเคยสปร่าที่มีต่อประกาศกระทรวงฯ ฉบับใหม่ที่เพิ่งประกาศใช้ จากการวิจัย พบว่า โดยรวมผู้ประกอบการให้การสนับสนุนและร่วมมือที่จะปฏิบัติตาม

ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ที่จะเกิดแก่ผู้มาใช้บริการด้วยเช่นกัน

ความคิดเห็นต่อดำเนินการตามกฎหมายอย่างเข้มงวดของทางราชการ จากการวิจัย พบทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ข้อดี จากการวิจัย พบว่า โดยรวมควรปฏิบัติ เพื่อสร้างความเป็นมาตรฐานที่มีคุณภาพอย่างแท้จริงของธุรกิจสปา

ข้อเสีย จากการวิจัย พบว่า โดยรวมถ้าสถานประกอบการไม่ได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ผู้ประกอบการก็ต้องปิดกิจการหรือดำเนินกิจการต่อในรูปแบบธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นสถานเสริมความงามแทน โดยมีการขายบริการทางเพศเป็นธุรกิจแอบแฝงที่ผิดกฎหมาย เพื่อเข้ามาช่วยสร้างรายได้ที่ได้รับผลกระทบ

#### 6. ข้อมูลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปา

ข้อมูลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปา ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าว สามารถอธิบายได้ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ข้อมูลการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค(SWOT Analysis) ของ  
ผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปา

ด้าน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
สถานที่	มีความสะอาด มีความปลอดภัย มีความสะดวกสบายในสถานที่จอดรถ	ตั้งอยู่ในซอยไม่โดดเด่น
บรรยากาศ	เน้นรูปแบบธรรมชาติให้มากที่สุด	ภายในสถานประกอบการมีแสงไฟสลัว ทำให้บรรยากาศไม่น่าดึงดูดใจให้เข้ามาใช้บริการ
พนักงานให้บริการ	พนักงานมีประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการนัดลักษณะต่างๆ	จำนวนพนักงานที่มีประสบการณ์ในการนวดยังไม่เพียงพอ
การบริการ	ดูแลเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการเป็นอย่างดี	การบริการล่าช้า เนื่องจากมีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ
ผลิตภัณฑ์	มีคุณภาพ หาง่าย	ราคาค่อนข้างสูง
วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ	สะอาด มีมาตรฐานรับรองทันสมัย	ต้นทุนและอัตราค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเครื่องมืออุปกรณ์ค่อนข้างสูง
ด้านอื่นๆ	-	-

จากตาราง 12 ข้อมูลการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจเคย์สปา ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าว สามารถอธิบายได้ดังนี้

การวิเคราะห์โอกาส ผลการวิจัย พบว่า โดยรวมคนส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมต่างๆในปัจจุบันเป็นสาเหตุทำให้เกิดความตึงเครียดมากขึ้น โรคภัยไข้เจ็บเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่ดีและเหมาะสมที่จะช่วยบรรเทาความตึงเครียดเหล่านี้ และช่วยป้องกันการเกิดโรคภัยต่างๆ

ได้ด้วย และในส่วนของภาครัฐก็ได้ให้การสนับสนุน ให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดฝึกอบรม การนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งยังให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่ว่าด้วยเรื่องพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 แก่ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในธุรกิจสปา รวมถึงการสนับสนุนการจัดออกร้านตาม งานต่างๆ เช่น งานปีใหม่ งานสงกรานต์ งานเข้าพรรษา และงาน OTOP จึงถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาได้สร้างธุรกิจให้เติบโตตามโอกาสนี้

การวิเคราะห์อุปสรรค ผลการวิจัย โดยรวมสภาวะเศรษฐกิจและการเมืองในระยะช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อให้ธุรกิจสปา มีแนวโน้มของอัตราการเจริญเติบโตทางธุรกิจที่ลดลง จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องแข่งขันกันมากขึ้น ในขณะที่ต้นทุนของธุรกิจต้องเพิ่มมากขึ้นตามไป ด้วย