

การศึกษาเรื่อง “ทัศนะของผู้รับบริการต่อการให้บริการธุรกิจสปา :ศึกษากรณี วารินา สปา ในโรงแรม เดอะ เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท” ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาไว้ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาทัศนะของผู้รับบริการต่อการให้บริการธุรกิจสปาศึกษากรณี วารินา สปา 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อทัศนะของผู้รับบริการต่อการให้บริการธุรกิจสปา ศึกษากรณีวารินา สปา

โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้รับบริการธุรกิจสปา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 150 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน (t-test และ F-test )

ผลการศึกษา พบว่า

1 ข้อมูลทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เกือบครึ่งมีอายุระหว่าง 36-45 ปี เกือบทั้งหมดมีสัญชาติไทย กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งสมรสแล้ว เกินกว่าครึ่งมีอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 25,001 – 50,000 บาท

2. ทัศนะของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนะต่อการให้บริการธุรกิจสปาของวารินา สปา อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีทัศนะในระดับดี คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านสถานที่ ด้านบริการและบริการเสริมพิเศษ ส่วนด้านที่มีทัศนะที่ควรปรับปรุง คือ ด้านส่งเสริมการตลาด

3. รูปแบบการรับบริการ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งใช้บริการนวดน้ำมันบ่อยครั้งที่สุด ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเนื่องจากเพื่อนแนะนำ เกินกว่าครึ่งตั้งใจมาใช้บริการเดือนละครั้ง และเกือบทั้งหมดตั้งใจจะกลับมาใช้บริการอีก กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะแนะนำให้คนที่

รู้จักมาใช้บริการที่ วารินา สปา ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการเพื่อเสริมความงาม และเกือบทั้งหมดสะดวกที่จะมาใช้บริการในวันอาทิตย์

4. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับทัศนคติของผู้รับบริการ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้รับบริการ ได้แก่ รายได้และรูปแบบการบริการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้กลุ่มต่ำ (10,000 – 25,000 บาท) มีทัศนคติว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้กลุ่มสูง (50,001 – 100,000 บาท) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการการนวดน้ำมันมีทัศนคติที่ดีกว่ากลุ่มที่ใช้บริการนวดแผนไทย, นวดประคบสมุนไพร และนวดฝ่าเท้า

ข้อเสนอแนะ การศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้บริหารควรปรับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ในเรื่องการจัดรางวัลและการมีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษ เช่น Direct mail, E-mail เป็นต้น
2. ผู้บริหารควรเพิ่มช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มปริมาณผู้รับบริการ
3. ด้านราคา ผู้บริหารควรพิจารณาค่าบริการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับบริการ
4. ผู้บริหารควรจัดเพิ่มบริการที่จ่อครถให้กับผู้รับบริการอย่างเพียงพอ
5. ผู้บริหารควรใช้แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (Customer Relations Management)
6. ผู้บริหารควรจัด โปร โมชันพิเศษเพื่อดึงดูดสมาชิกให้มาใช้บริการในวันอังคาร – วันพฤหัสบดี เนื่องจากวันดังกล่าวมีผู้มารับบริการน้อยกว่าวันอื่น ๆ
7. ผู้บริหารควรใช้กลยุทธ์การเพิ่มจำนวนสมาชิกโดยใช้วิธีการส่งเสริมการขายด้วยการเสนอให้สมาชิกเดิมชักชวนเพื่อนให้มาเป็นสมาชิกรายใหม่

The purpose of the study was twofold : (1) to reveal the attitude of service users toward spa service at The Westin Grande Sukhumvit Hotel, and (2) to identify the factors affecting their attitude.

Accidental sampling was used to select the sample of 150 service users of Vareena Spa. A questionnaire was employed as the research instrument. The data were analyzed by using descriptive statistics and inferential statistics (i.e., t-test and F-test).

The findings were listed as follows:

1. General characteristics of the respondents. Most of the respondents were female. Nearly half were 36-45 years of age. Almost all of them were Thais. Also, more than half were employees at private enterprises and earned an income of 25,001-50,000 baht.

2. Overall attitude. Overall, the respondents were found to have a moderately positive attitude toward spa service of Vareena Spa. When individual components of the attitude were considered, the respondents were found to have a good attitude toward the personnel, followed by the venue, service, and additional services. However they were still not satisfied with marketing promotion, which needed improvement.

3. Types of service. More than half used massage service most often. The majority became Vareena Spa members because of their friends' recommendations. More than half were determined to use the service once a month. Nearly all wanted to come back for services again. All of them would recommend anyone they knew to use the services at Vareena Spa. Also, most

came for service for better physical appearance. Nearly all were convenient to use services on Sunday.

4. Factors related to the service users' attitude. The factors significantly influencing the service users' attitude toward spa service were income and type of service. Those in a low-income group (10,000-25,000 baht) had a better attitude toward spa service than those in a high-income group (50,001-100,000 baht). Moreover, those who used oil massage service had a better attitude than those who used traditional Thai massage service, herbal massage service, and foot massage service.

### **Recommendations**

The following were recommended:

1. The Vareena Spa management should adjust its market promotion strategy to meet the service users' needs through providing rewards, special discounts or privilege ; direct mail; email.
2. More public relations and advertising channels should be used to increase the number of service users.
3. Charges for different services should be reasonable.
4. Adequate parking spaces should be available.
5. The concept of customer relations management should be put into practice.
6. Special promotion should be held to attract the members to use services on Tuesday through Thursday, since the number of service users is still small on these days.
7. Sale promotion should be carried out to increase the number of its members by encouraging the existing members to persuade their friends and acquaintances to be new members at Vareena Spa.