

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการศึกษา

ปัจจุบันกระแสความนิยม "การใช้บริการในสปา" กำลังเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น ปัจจัยส่วนหนึ่งที่สำคัญมาจากการตื่นตัวในเรื่องสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งในปี พ.ศ. 2549 มูลค่าตลาดของธุรกิจสปาที่คาดการณ์ไว้เท่ากับ 8,500 ล้านบาท และมีแนวโน้มอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหลายรายเริ่มสนใจเปิดดำเนินการทั้งที่เป็นโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลประเภท Stand Alone และเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค งานวิจัยนี้จึงทำการศึกษาถึงความสำคัญของธุรกิจดังกล่าว ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้บริโภคในปัจจุบัน และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ประเภทเมดิคอลสปา ซึ่งการวิเคราะห์ผลได้ดำเนินการโดยใช้ผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ที่สุ่มเก็บระหว่างช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม 2549 ตามสถานประกอบการเมดิคอลสปาและสถานที่ต่างๆเช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล งานแสดงสินค้าและบริการเกี่ยวกับสปา ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ตลาดเมดิคอลสปา

เมดิคอลสปาจะเป็นการผสมผสานระหว่างสปาเพื่อการผ่อนคลายกับศาสตร์การบำบัดทางการแพทย์ โดยมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคอยให้บริการ ซึ่งจากเดิมรูปแบบของสปาจะมีลักษณะที่เน้นการผ่อนคลาย แต่เมดิคอลสปาจะมีรูปแบบของบริการทั้งบริการทั่วไปซึ่งเป็นรูปแบบพื้นฐานของสปา เช่น การนวด การอบ วารีบำบัด การใช้น้ำมันหอมระเหยหรือสมุนไพร รวมไปถึงบริการทางการแพทย์ เช่น การรักษาผิว ฝ้า กระ เลเซอร์ เป็นต้น

ลักษณะของธุรกิจเมดิคอล สปา มักจะเปิดดำเนินการตามโรงพยาบาลต่างๆ เช่น โรงพยาบาลกรุงสยามเซนต์ คาร์ลอส โรงพยาบาลนครธน เป็นต้น และสถานพยาบาลประเภท Stand Alone เช่น เอส เมดิคอล สปา (S Medical Spa) บีดีซี (BDC Skin & Rejuvenation Center) เป็นต้น

2. ลักษณะและพฤติกรรมการใช้บริการ ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79 ต่อ 21 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาอย่างน้อยในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีลักษณะงานเป็นระดับผู้บริหาร มีรายได้และรายจ่ายต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000-40,000 บาท ซึ่งนับว่า เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อพอสมควร

ในความเห็นของผู้ใช้บริการเห็นว่า เมดิคอลสปาและสปาประเภทอื่นๆมีลักษณะทดแทนกันได้ ดังจะเห็นจากคำตอบที่ว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปาแทนสปาประเภทอื่นๆเป็นเพราะมีบริการที่ต้องการซึ่งแตกต่างจากสปาประเภทอื่นๆ เช่น การรักษาสิว ฝ้า กระ เลเซอร์ เป็นต้น โดยที่ปัจจัยด้านบริการและผลิตภัณฑ์นี้เองที่เป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ รองลงมาคือ มีความน่าเชื่อถือและมีแพทย์ประจำ ทั้งนี้จุดประสงค์หลักของผู้ใช้บริการเมดิคอลสปา คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียด รองลงมาคือ เพื่อเสริมความงามและการบำบัดรักษาโรค ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสปา เดือนละ 2 ครั้ง และพบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยจะมาใช้บริการบ่อยน้อยกว่าผู้สูงอายุ อาจเนื่องมาจากมีจุดประสงค์ที่ต่างกัน โดยผู้สูงอายุมีจุดประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาโรค จึงมีความจำเป็นต้องมารับการรักษาย่างต่อเนื่องและบ่อยกว่าผู้ที่มีอายุน้อยและมีจุดประสงค์เพื่อการผ่อนคลายความเครียดเท่านั้น และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ในช่วงเวลา 12.00-15.00 น. โดยเลือกสถานที่ที่ใกล้บ้าน ใช้เวลาเดินทาง 15-30 นาที และมักจะมาเพียงลำพัง

กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการนวดมากที่สุดประมาณร้อยละ 79 ของตัวอย่างทั้งหมด ทั้งนี้ผู้ให้บริการยังนิยมซื้อบริการแบบเหมาจ่ายหรือแบบคูปอง เช่น เหมาจ่าย 10 ครั้งแถมฟรี 2 ครั้ง ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สถานประกอบการแทบทุกแห่งมีใช้อยู่แล้ว ส่วนกลยุทธ์อื่นๆเช่น การสมัครสมาชิก พบว่า ไม่เป็นที่จูงใจมากนัก ทั้งนี้มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการไม่เกิน 1,500 บาท

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเรื่องบริการที่เลือกใช้ ระบุว่า ถึงแม้ว่าเมดิคอลสปาจะเป็นสปาที่มีรูปแบบของบริการที่แตกต่างจากสปาโดยทั่วไป อย่างไรก็ตาม บริการพื้นฐานต่างๆที่มีอยู่ในสปาแต่ละประเภทโดยเฉพาะการนวดในรูปแบบต่างๆยังเป็นบริการที่จำเป็น และนำบริการอื่นที่แตกต่างมาเป็นบริการเสริม เช่น การบริการทางการแพทย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ถ้ามีการยกเลิกบริการใดบริการหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปใช้บริการเมดิคอลสปาที่อื่น นั่นอาจเป็นเพราะว่า บริการต่างๆในสปาของแต่ละแห่งมักไม่มีความแตกต่างกันมากนัก และกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งค่อนข้างสูงมาก

ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้สูงมักยินดีให้มีการเพิ่มขึ้นของราคาค่าใช้บริการแต่ละครั้งที่ใช้อยู่ในปัจจุบันสูงกว่ากลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อย นั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งสูงหรือก็คือผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงจะมีความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำ หรืออาจกล่าวได้ว่า การใช้บริการเมดิคอลสปาเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพดังนั้นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงและตระหนักถึงสุขภาพตนเองจะถือว่าสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่จำเป็น

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปาสำหรับกลุ่มที่เคยใช้บริการเมดิคอลสปามากที่สุด คือ คุณลักษณะของสปา โดยเฉพาะด้านบริการและผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ ซึ่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปามากที่สุด พบว่า กลุ่มที่เคยใช้บริการเมดิคอลสปาอยู่เป็นประจำจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการและผลิตภัณฑ์มากที่สุด จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวนี้มาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

รายได้ของผู้ใช้บริการก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปา โดยพบว่า เมื่อรายได้ของผู้ใช้บริการมากขึ้น จะส่งผลให้มีความถี่ในการมาใช้บริการมากขึ้น หรือกล่าวได้ว่า เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น การบริโภคสินค้า(บริการสปา)มากขึ้นด้วย

และในส่วนของปัจจัยด้านราคาค่าบริการไม่ค่อยมีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปามากนัก โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาไม่มาก แสดงให้เห็นว่า ราคาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปา

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปาของกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการเมดิคอลสปา ก็ยังคงเป็นปัจจัยในด้านของการบริการและผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน แต่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาค่อนข้างมากด้วย ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มที่เคยใช้บริการเมดิคอลสปา นั้นอาจเป็นเพราะว่า อัตราค่าบริการของเมดิคอลสปาในแต่ละครั้งราคาค่อนข้างสูง

ปัจจัยด้านรสนิยมมีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปา โดยพบว่า การตัดสินใจมาใช้บริการเมดิคอลสปาเกิดจากการชักชวนของเพื่อนและสมาชิกในครอบครัว แสดงให้เห็นว่า การชักจูงจากบุคคลรอบข้างหรือการทำตามกระแสนิยมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปา

6.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดและนโยบาย

1. กลุ่มเป้าหมายของสถานประกอบการเมดิคอลสปา คือ กลุ่มลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ทำงานในระดับผู้บริหาร มีรายได้ต่อเดือนปานกลาง-สูง สถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและประกอบอาชีพส่วนตัว

2. กลยุทธ์การจูงใจให้ซื้อซ้ำ

2.1 ปัจจัยด้านบริการและผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ที่ใช้บริการเมดิคอลสปา ดังนั้นผู้ประกอบการเมดิคอลสปาควรให้ความสนใจในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องของการบริการที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นไปที่ส่วนของบุคลากรซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในงานบริการ โดยผู้ประกอบการควรที่จะพัฒนาด้านทักษะและความชำนาญของบุคลากร โดยให้มีการฝึกอบรมพนักงานที่เป็นผู้ให้บริการให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของเมดิคอลสปา ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ขั้นตอนของการบริการ การให้คำแนะนำ รวมไปถึงการดูแลรักษาความสะอาด ทั้งตัวผู้ให้บริการเองและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ด้วย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อสถานประกอบการและที่สำคัญเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้ให้บริการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2.2 เรื่องของทำเลที่ตั้งเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญ โดยที่ตั้งของสถานประกอบการเมดิคอลสปาไม่จำเป็นต้องอยู่ในเมือง แต่จำเป็นต้องเป็นเขตชุมชนหรือเป็นพื้นที่ที่มีคนอาศัยอยู่หนาแน่นและสามารถเดินทางไปได้สะดวก ส่วนของสถานที่ ผู้ประกอบการควรที่จะจัดเตรียมสถานที่ให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัย ความสะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ รวมถึงการบริการที่จืดจางไว้บริการลูกค้าด้วย

2.3 ด้านของราคาค่าบริการ เนื่องจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการเมดิคอลสปาส่วนใหญ่นั้นจะเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงและเห็นว่าการใช้บริการในสปาเป็นสินค้าจำเป็น ดังนั้นผู้ประกอบการเมดิคอลสปาสามารถที่จะตั้งราคาค่าบริการในระดับที่สูงได้ แต่อย่างไรเสียผู้ประกอบการควรที่จะตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและมีการกำหนดอัตราค่าบริการในหลายรูปแบบเพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกใช้ได้ตามความต้องการ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ถึงแม้จะเป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญน้อยที่สุด แต่ผู้ประกอบการก็ควรจะต้องทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดต่อไป เพราะการโฆษณาทางสื่อต่างๆเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างให้เกิดการรับรู้ ซึ่งจากข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเมดิคอลสปาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักและทราบข่าวสารเกี่ยวกับเมดิคอลสปามาจากสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารหรือป้ายโฆษณาในโรงพยาบาล นอกเหนือจากนี้ ถ้าต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยสามารถทำกิจกรรมทางการตลาดได้ตามแหล่งที่สำคัญอีก

แหล่งหนึ่งคือ ห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมในวันหยุดของกลุ่มเป้าหมายนี้ และในส่วนของกรมมีสวนลดพิเศษในรูปแบบต่างๆเป็นการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ใช้บริการเมดิคอลสปาให้ความสนใจมากที่สุด ซึ่งการให้สวนลดพิเศษต่างๆนี้จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อของผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการด้วย

สำหรับกลุ่มที่ยังมาใช้บริการเมดิคอลสปาน้อย เช่น ผู้ใช้บริการเพศชาย อาจมีการเพิ่มส่วนของบริการในส่วนที่เป็นสถานที่ออกกำลังกาย หรือแม้แต่ผู้สูงอายุ ซึ่งโดยส่วนใหญ่มาใช้บริการเมดิคอลสปาเพื่อบำบัดรักษาโรค ควรจัดโปรแกรมเกี่ยวกับสุขภาพให้มากขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มที่ยังมาใช้บริการเมดิคอลสปาน้อย

3. กลยุทธ์จูงใจให้ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเมดิคอลสปาสนใจเริ่มใช้บริการ ผู้ประกอบการเมดิคอลสปาควรใช้การส่งเสริมการตลาดแบบการให้สวนลดพิเศษแบบต่างๆสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเมดิคอลสปาสนใจที่จะลองใช้บริการเมดิคอลสปา

สิ่งที่ผู้ประกอบการควรตระหนักคือ การคำนึงถึงประโยชน์และความพอใจสูงสุดของผู้บริโภคที่จะได้รับจากการใช้บริการสปา โดยมีการให้บริการที่มีมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่มีคุณภาพ ทันสมัย และมีบริการที่หลากหลายให้กับผู้ใช้บริการได้มีโอกาสเลือกบริการที่เหมาะสมกับตนเอง

4. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ กระทรวงสาธารณสุขควรมีส่วนเข้าไปส่งเสริมให้ธุรกิจสปาได้รับการยอมรับสู่มาตรฐานสากลมากขึ้น โดยมีการกำหนดมาตรฐานของผู้ประกอบการธุรกิจสปารวมถึงบุคลากรต่างๆในสปา เช่น นักกายภาพบำบัด ผู้นวด ด้วย อีกทั้งควรมีการพัฒนาหลักสูตรการอบรมสำหรับบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีความเป็นสากลมากขึ้น ขณะที่หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ควรมีส่วนช่วยในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจสปาให้มีความรู้และศักยภาพเพื่อให้ภาคเอกชนได้ดำเนินธุรกิจไปอย่างราบรื่น

6.3 ข้อจำกัดของงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งยังไม่สามารถเป็นตัวแทนในการอธิบายรายละเอียดพฤติกรรมเลือกใช้บริการเมดิคอลสปาของผู้ใช้บริการได้ทั้งหมดในประเทศไทย ซึ่งในความเป็นจริงแล้วยังมีสปาประเภทเมดิคอลสปาที่ตั้งอยู่ตามต่างจังหวัดใหญ่ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ซึ่งมีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบกับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมระหว่างช่วงปลายเดือนกันยายนถึงกลางเดือนตุลาคม พ.ศ.2549 เท่านั้น ซึ่งอาจไม่ได้ครอบคลุมถึงช่วงเวลาอื่นๆในรอบหนึ่งปี ซึ่งอาจ

ส่งผลกระทบต่อลักษณะการใช้บริการเมดิคอลสปาที่แตกต่างกัน ดังนั้นผลการวิจัยที่ได้ไปมีใช้
ข้อสรุปของกลุ่มประชากรทั้งหมด จึงยังมีข้อจำกัดอยู่

ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรศึกษาในระดับภูมิภาคโดยเฉพาะจังหวัดที่มีการเปิด
ดำเนินการของเมดิคอลสปาเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น เพื่อที่จะนำข้อมูล
ดังกล่าวมาเปรียบเทียบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเมดิคอลสปาในแต่ละสถานที่ว่ามีความเหมือน
หรือแตกต่างกันอย่างไร