

งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาแนวทางกลยุทธ์พัฒนารัฐกิจสปาอำเภอเกาะสมุย ได้ทำการลงพื้นที่เพื่อสำรวจศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสถานประกอบการสปาไปสู่การออกแบบแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาในอำเภอเกาะสมุย จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งเป็นชาวไทย 60 ชุด และชาวต่างชาติ 340 ชุด เดือนพฤษภาคม 2551-เมษายน 2552 และจัดสัมมนาเชิงวิชาการเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและกำหนดแนวทางพัฒนารัฐกิจสปา

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ให้บริการสปาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ เพศหญิง ส่วนใหญ่อายุ 30-39 ปี การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ประมาณ 3,001-4,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน สถานะภาพ สมรส และโสด ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศ EU พนักงานบนเกาะสมุย 1-2 อาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางมากับคู่สมรส เหตุผลที่เดินทางมาอำเภอเกาะสมุยเพราะต้องการท่องเที่ยว/พักผ่อน ส่วนใหญ่เคยใช้บริการนวดแผนไทย เหตุผลที่ใช้บริการคือลดความเครียด มีความถนัดในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท ระยะเวลาสปา 1 ชั่วโมง และนิยมใช้บริการสปาที่ไคย์สปา เหตุผลใช้สปาในโรงแรม/ที่พัก เพราะความสะดวก ใช้ไคย์สปาเพราะมีรายการนวดให้เลือกมาก และใช้บริเวณชายหาดและร้านเล็กๆริมถนน เพราะความสะดวก และราคาถูก ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการช่วงเวลาบ่าย-เย็นมากกว่าช่วงเช้า โดยนิยมมากที่สุดคือช่วงเวลา 15.01-17.00 น. ช่วงเวลาเช้า ได้รับความนิยมจาก กลุ่มสูงอายุ โดยส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปาคนเดียว ส่วนใหญ่ได้รับโปรโมชั่นส่วนลดเงินสด ชำระเงินที่เคาท์เตอร์สปา ด้วยเงินสด นิยมติดต่อรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา

ประเด็นด้านความพึงพอใจ พบว่า ผู้ใช้บริการสปาบนอำเภอเกาะสมุยมีความพึงพอใจต่อสปาสมุยโดยภาพรวมในระดับมาก โดยปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจระดับมาก คือ พนักงานนวด สิ่งแวดล้อมของสถานบริการ กระบวนการบริการ พนักงานต้อนรับ ส่วนการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถสรุปตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ได้รับความพึงพอใจระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ อายุ การศึกษา รายได้ ประเทศถิ่นพำนัก โดยประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงคือ

การมีน้ำหอมให้เลือก ความยากง่ายในการจดจำชื่อร้านและการมีตัวอย่างน้ำมึนหอมระเหยหรืออื่นๆให้ทดสอบ

2. ด้านราคา ได้รับความพึงพอใจระดับมาก และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ การศึกษา และควรเพิ่มราคาโปรโมชั่น
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ได้รับความพึงพอใจระดับ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ อาชีพ โดยควรเพิ่มตัวแทนจำหน่ายและพัฒนาเว็บไซต์
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้รับความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ ระดับการศึกษาและรายได้ ประเด็นที่ควรปรับปรุง คือ ความครบถ้วนของข้อมูลที่ต้องการความน่าสนใจของกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่นลด แลก แจก แถมความหลากหลายของสื่อที่ใช้ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และ ความถี่ของกิจกรรมส่งเสริมการขาย
5. ด้านพนักงาน
  - 5.1 พนักงานต้อนรับ ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ อาชีพ คือ รายได้ โดยควรเพิ่มความสามารถอธิบาย/ตอบคำถาม/แนะนำของพนักงานต้อนรับ
  - 5.2 พนักงานนวด ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ รายได้ และอายุ โดยควรเพิ่มความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน
- 6 ด้านกระบวนการบริการ ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านนี้ ประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงคือระบบการจัดเก็บทรัพย์สินของลูกค้า การติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าหลังใช้บริการ และการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าเก่าเพื่อความสะดวกในการเข้ารับบริการครั้งต่อไป
- 7 ด้านความสามารถในการให้บริการ ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อความพึงพอใจด้านนี้ แต่มีประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงคือ ความเพียงพอของห้องนวดส่วนตัว
- 8 ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้รับความพึงพอใจระดับมาก ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คือ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ (ชาวต่างประเทศ) ทั้งนี้มีประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงคือ ความเหมาะสมของเพลงที่ใช้ ความสะอาดของเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าเปลี่ยนและการมีห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าที่เป็นสัดส่วน

The purpose of the research was to develop a sustainable strategic plan for spa businesses on Samui Island. A field survey was carried out in order to record basic information about spa entrepreneurs on Samui Island, leading to the creation of questionnaires to study the behavior and satisfaction of the entrepreneurs' clients. The questionnaires was given to 400 respondents, 60 to Thais and 340 to foreigners, from May 2008 to April 2009. After that, an academic seminar was also arranged to publish the results of this research and to define strategic plans for spa businesses on Samui Island.

The results of the research showed that most of the 400 samples were female and the average age was between 30-39 years old. 15% were Thai and 85% were foreigners. The education level was mostly to Bachelor's Degree, and most of them were employees in private businesses. The respondent's income was mainly between 3,001 – 4,000 USD/month with equal amounts of married and single persons. The customers were mostly from EU countries and normally stay on Samui Island for 1-2 weeks. They are mostly accompanied by their spouses. And the main significant reason for visiting Samui Island is travelling. Most of them have tried a Thai massage service and reducing stress is the main reason for receiving spa service, with a frequency of 1 time/week. The fee was 500 THB or less and the service duration was for about 1 hour. They prefer to receive the services in a day spa and the main criterion for choosing the spa entrepreneurs was convenient. The reason for choosing a spa in a hotel/room was its convenience, a Day Spa because of its various massage packages and beach or small spas by the road because of the convenience and cheap prices. They also like to go to spas in the afternoon to the evening time more than morning time. The popular periods are 3.01-5.00 pm. The morning period is selected mostly by elderly (above 60 years old) and the respondents prefer to go to spas alone and use discount promotions, pay for the service by cash and receive information via the internet. The personal data significantly impacts on spa user behavior.

The total satisfaction level with spa entrepreneurs on Samui Island is "highly satisfied". Furthermore, there are "highly satisfied" responses for several factors; the massagers, physical evidences and receptionists. However, the satisfaction for promotions is in the middle level. Customer satisfaction can be examined by each of the following factors.

1. Product factor was rated as "highly satisfied," however there are several aspects which should be developed which are having varieties of oil scents, renaming of spas due to the difficulty of spa name pronunciation and consumers having a chance to test oil scents before receiving the service. Interestingly, age, education level, income and country of respondents had a big influence on the service satisfaction.

2. The respondents had a high satisfaction level with prices, which was considerably impacted by a customer's education as well as promotion prices ( should be added. )

3. Place was rated as "highly satisfied" and the careers of the customers influenced the service satisfaction. In addition, agents should be increased to expand the distribution channels as well as the development of a website.

4. Promotion factor had a moderate satisfaction level. This should lead to several aspects being improved; having adequate information for customers, sale promotions being interesting, using the appropriate media, convenient access to information and the frequency of sale promotions. The personal factors influencing the promotion satisfaction are education levels and income.

5. People aspect - Receptionists were given a "high satisfaction" rating, however they should develop their communication skills. Education and income had an impact on customer satisfaction, similarly with therapists.

6. Process also had a high satisfaction rating, however personal factors do not effect customer satisfaction. There are many issues to be improved ; Security system s to keep customer belongings safe, assessing customer satisfaction after service and providing spa service based on customer database management

7. Although productivity was rated as "highly satisfied", adequate private rooms should be provided. Personal factors do not influence customer satisfaction.

8. Physical evidence was also highly satisfied, however appropriate songs, the cleanness of spa user's clothes and having a special room for changing clothes. Age, education, career and income impact on customer satisfaction.