

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ การศึกษาสถานประกอบการสปา และการศึกษาผู้ใช้บริการสปาชาวไทย

ข้อมูลสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้ไปรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข มีทั้งหมด 25 แห่ง พบว่า ที่ตั้งของสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีจำนวนเตียง/ที่นอนไว้ให้บริการระหว่าง 7 – 15 เตียง มีจำนวนพนักงาน(ทุกประเภท)ระหว่าง 10 – 20 คน และโดยเฉลี่ยทุกสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีผู้มาใช้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอยู่ระหว่าง 50 – 200 คนต่อเดือน ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยประมาณร้อยละ 20 ในส่วนของการให้บริการของสถานประกอบการสปา พบว่า สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภท Day spa โดยส่วนใหญ่จะให้บริการนวดแบบอะโรมาเธอราฟีเป็นหลัก และสถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จัดให้มีบัตรสมาชิก

จากการศึกษาผู้บริโภคชาวไทยที่ไปใช้บริการสถานประกอบการดังกล่าว จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มีสถานภาพเป็นโสด และสมรสใกล้เคียงกัน และมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสปาประเภท Day spa ไม่นิยมที่จะสมัครเป็นสมาชิกสปา มีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยระหว่าง 1 – 4 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 1,500 บาท มักไปใช้บริการสปาในช่วงวันเสาร์ และวันอาทิตย์ มีช่วงเวลาไปใช้บริการสปาระหว่าง 14.01 – 20.00 น. มีสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อน/คลายเครียด เดินทางไปใช้บริการสปาโดยรถยนต์ส่วนตัว และส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากสื่อประเภทแผ่นพับ/นิตยสาร

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภคกับพฤติกรรมในการใช้บริการสปา พบว่า ด้านการเลือกประเภทของสปา มีความแตกต่างกันตาม อาชีพ ด้านความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกันตาม อาชีพ และรายได้ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง มีความแตกต่างกันตาม อายุ อาชีพ และรายได้ ด้านวันที่มักไปใช้บริการสปา มีความแตกต่างกันตาม อาชีพ ด้านช่วงเวลาไปใช้บริการ มีความแตกต่างกันตาม เพศ และอาชีพ และด้านสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา มีความแตกต่างกันตาม เพศ อายุ และอาชีพ

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการสปา โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านกายภาพของสถานประกอบการสปา ตามลำดับ

The main interest of this study was the understanding in the general features of health spa establishments and the consumers' behavior of Thai people in using health spa services particularly in Chiang Mai Province.

The study found there were 25 health spa establishments which had received certification from the ministry of public health for workplace standards and most of which were located in The Muaeng District of Chiang Mai Province. These health spa establishments on the average had 7-15 beds for services, 10-20 working staff (for all kinds of duty) and served 50-200 Thai and foreign customers per month. Their Thai customers however, accounted for only 20% of the total. Most of the health spa establishments were considered day spa type offering aroma therapy massage as the principal service, and offering membership sales.

From the study of 300 samples of Thai customers of health spa services, the majority of them can be described as female, 21-30 years old, bachelor's degree graduate, private business employee, with 10,000 – 20,000 baht monthly income single or married about the same proportion, and residing in Chiang Mai Province.

Most customers used day spa services, did not apply for membership, visited the health spas 1-4 times per month, spent over 1,500 baht per visit, generally used the spa services on Saturday or Sunday, during 14.01 – 20.00 p.m. , for the purpose of relaxation / reducing stress, traveled to the health spa by their private cars, and learned about the health spa services from such media as brochures and magazines.

The examination on the relationships between consumers' behavior and the factors of gender, age, occupation, and income provided the findings that choice of spa types varied with occupation, monthly frequency of health spa visit varied with occupation and income ; spending for spa services per visit differed among age, occupation and income categories ; the day visiting the spa differed among occupation categories ; the time using the spa service varied with gender and occupation ; among gender, age, and occupation groups.

In the consumers' opinion, most health spa services users when making choice would place primary consideration on the product / service factor, followed by the factors of price, place, personnel, and physical condition of the establishments, respectively.