

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวชไมพร พงศ์เหมกร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชากพ พันธุ์แพ
วันที่อนุมัติผลงาน	30 เมษายน 2557
จำนวนหน้า	121 หน้า
คำสำคัญ	ส่วนประสมการตลาดบริการ , สปา

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าด้วยตนเองนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 250 ราย ซึ่งข้อมูลนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 -40 ปี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงาน การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 –20,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสปาประเภท Day Spa คือ สปาที่ดำเนินการในย่านชุมชน มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว บริการที่ชอบมากที่สุด คือ การนวดตัว แรงจูงใจเมื่อใช้บริการสปาเพื่อเป็นการคลายเครียดจากการทำงาน ใช้บริการสพาน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการสปาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่วนใหญ่ใช้บริการสปา 2 ชั่วโมง ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการสปา คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง วิธีการจองหรือเลือกใช้บริการสปา คือ ใช้บริการเมื่อเจอสปา (Walk in) รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปา จากการบอกต่อจากเพื่อน/คนรู้จัก

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ มีการนวดให้เลือกแบบหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ โดยสะสมเป็นแสดมป์/คูปอง

ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ผู้նวค มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การให้บริการครบทุกขั้นตอน

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสะอาดของอาคาร สถานที่ให้บริการ

#### **การทดสอบสมมุติฐานสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้**

1. ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ไม่แตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา แตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา แตกต่างกัน