

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของผู้บริโภคชาวไทย
ผู้จัดทำ	: นางสาววลัยภรณ์ อินโต
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2548
จำนวนหน้า	: 57

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของผู้บริโภคชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปา และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ของผู้บริโภคชาวไทย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 270 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วน (Quota-Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 – 41 ปี สถานภาพสมรส มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไปและมีภูมิลำเนาเดิมในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการธุรกิจสปาโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน เริ่มใช้บริการธุรกิจสปาตั้งแต่ พ.ศ. 2545 เหตุผลที่ใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียด ต้องการทดลองและบำรุงผิวพรรณ กลุ่มตัวอย่างจะทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปาจาก

คนรู้จักแนะนำ นิตยสารและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และจะใช้วิธีติดต่อกับสถานบริการสปาด้วยตนเองที่สถานบริการสปานั้น ๆ รวมถึงการใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสอบถาม สำหรับบริการที่นิยมใช้ในสถานบริการสปาคือการขัดตัวด้วยสมุนไพร การอบตัวด้วยสมุนไพรและการนวดฝ่าเท้า โดยใช้เวลาในช่วงเย็นในการเข้ารับบริการ และใช้เวลาในการเข้ารับบริการสปาประมาณ 2 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเข้ามาใช้บริการสปาไม่เกินครั้งละ 1,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าราคาค่าบริการที่เหมาะสมต่อครั้งไม่ควรเกินครั้งละ 1,164 บาท และกลุ่มตัวอย่างจะเข้ามาใช้บริการสปาในวันหยุดประจำสัปดาห์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยมีการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาด้วยตนเอง

สำหรับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ สำหรับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคาให้ความสำคัญระดับมาก

ปัจจัยทางการตลาดด้านบุคคล กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้านพนักงานมีประสบการณ์/ชำนาญ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีความสนใจในการให้บริการ พนักงานสามารถให้คำแนะนำลูกค้าได้อย่างละเอียด ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงการพูดจาดี การใช้ถ้อยคำเหมาะสมและพนักงานแต่งกายสะอาด

ปัจจัยทางการตลาดด้านกายภาพ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในด้านความเป็นสัดส่วนของห้องที่ใช้บริการ บรรยากาศภายในห้องที่ใช้บริการดี ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย การตกแต่งสถานที่กลมกลืนดูเป็นธรรมชาติ และมีลานจอดรถสำหรับผู้ใช้บริการ

ส่วนปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้านกระบวนการในการติดต่อเพื่อเข้ารับบริการที่รวดเร็ว ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน ความถูกต้องของกระบวนการให้บริการและการตีป้ายแนะนำสำหรับผู้เข้ามาใช้สถานบริการนั้น ๆ