

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ แบ่งการสรุปผลการศึกษาออกเป็นดังนี้  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 51.0 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 29.0 และอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 12.0 มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 21.0 และอนุปริญญาตรี ร้อยละ 7.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน ร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 20.0เท่ากัน รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 49.0 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000บาท และไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 18.0 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 72.0 ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกสปา ร้อยละ 96.0 ผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายค่าบริการสปาต่อครั้งอยู่ระหว่าง 501 – 1,000 บาท ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ จ่ายค่าบริการ สปาต่อครั้งอยู่ระหว่าง 100 – 500 บาท ร้อยละ 37.0 และ 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 14 สถานบริการสปาที่นิยมไปใช้บริการมากที่สุดคือ สปาโรมา ร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ เชียงใหม่สปาคลับและสยามสปา ร้อยละ 22.7เท่ากัน ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปา 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ไปใช้บริการสปา 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 39.0 และ ไปใช้บริการสปา 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 9.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา  
การรับรู้ปัญหา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของสาเหตุที่มาใช้บริการสปา ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ต้องการพักผ่อนคลายเครียด รองลงมาคือ ต้องการรักษาสุขภาพ และให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ เพื่อความสวยความงาม

### การค้นหาข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปาในเรื่องความสะอาด มากที่สุด รองลงมาคือ ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง และผู้ตอบเป็นชายหรือ หญิง

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปา และให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ โฆษณาทางนิตยสาร พนักงานขาย/พนักงานต้อนรับของสปา

### การประเมินทางเลือก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประเมินทางเลือกในใช้บริการสปา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในการประเมินทางเลือกใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% มีให้บริการนวดน้ำมัน อโรมา (Aroma) และมีให้บริการชาร้อนน้ำ (Sauna)

ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ นวดแผนไทย ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท อบไอน้ำ (Steam) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท และชาร้อนน้ำ (Sauna) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท

ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ มีความสะดวกในการเดินทาง และไกลแหล่งชุมชน สงบเงียบ

ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และมีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลางคือ มีพนักงานขายแนะนำสินค้าและบริการ

ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ พูดยาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังสุภาพนุชยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี และพนักงานที่ให้บริการต่างกายสุภาพสะอาด

ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สถานที่สะอาด และเป็นสัดส่วนเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีอากาศเย็นสบายบรรยากาศดี

ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ จัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง มีใบบอกราคาสินค้าหรือป้ายประกาศที่ชัดเจน และให้ลูกค้าได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ

### การตัดสินใจ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ

คำแนะนำจากเพื่อน/คนที่มีประสบการณ์ทางสปา มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด รองลงมาคือ บุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ พยาบาลและบุคลากรด้านความสวยความงาม เช่น เจ้าของร้านเสริมสวย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองในการใช้บริการสปามากที่สุด รองลงมาคือ ตนเองร่วมกันตัดสินใจกับเพื่อนๆ/คนรู้จัก และตนเองร่วมกันตัดสินใจกับแพทย์

### การประเมินหลังการบริโภค

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปา ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปา ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปา ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จัก มาใช้บริการสปา คิดเป็นร้อยละ 76.0 และจะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไปคิดเป็นร้อยละ 82.0

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเข้าไปใช้บริการสปามากที่สุดคือ พนักงานไม่สะอาด ไม่สุภาพ ไม่เอาใจใส่ดูแลผู้มาใช้บริการ ขาดความชำนาญในหน้าที่ของคนไม่มีการเตรียมพร้อมสำหรับการให้บริการ และไม่มีความรู้เกี่ยวกับสปา รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดของสถานที่ ราคาแพงเกินไป เสื้อผ้าที่ให้ผู้ใช้บริการสวมใส่และผ้าขนหนูไม่สะอาด ขาดความเป็นส่วนตัว เปิดเพลงเสียงดังเกินไป สถานที่คับแคบบางส่วนแสงสว่างไม่เพียงพอ พนักงานมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการทำให้เกิดความล่าช้า อุปกรณ์ที่ให้บริการมีการชำรุด รายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการสปาแสดงให้เห็นไม่ชัดเจน และผู้ใช้บริการเกิดอาการแพ้ผลิตภัณฑ์ที่ สปาจัดให้บริการ

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะให้แก่สถานบริการสปามากที่สุดคือ ให้สถานบริการสปานั้นเรื่องมารยาทและความรู้ความชำนาญของพนักงาน พนักงานควรให้ความรู้เกี่ยวกับสปาทุกคน รองลงมาคือ ควรมีการจัดมาตรฐานการตั้งราคาและการให้บริการควรตั้งราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการบางแห่งสูงเกินไป ชื่นส่วนอุปกรณ์ใดชำรุดควรคิดป้ายแจ้งให้ทราบเพื่อความปลอดภัยของลูกค้าในการใช้บริการ ห้องอาบน้ำควรจะมีให้บริการน้ำอุ่นและสถานที่จะต้องสะอาด สถานบริการสปาควรดูแลความสะอาดเรื่องเสื้อผ้าสิ่งของที่ใช้ทำสปาควรสะอาดมีกลิ่นที่สะอาดน่าใช้ ควรมีเครื่องคั้นคอบให้บริการแก่ลูกค้า ควรจัดให้มีการต้อนรับที่อบอุ่น

เป็นกันเองไม่ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกเงินอาย ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จัก เพื่อจะทำให้ผู้ที่ต้องการจะใช้บริการมีโอกาสได้เลือกใช้บริการมากขึ้น และควรรักษามาตรฐานของการให้บริการไม่ละเลยความปลอดภัย หรืออันตรายที่อาจจะเกิดได้จากการให้บริการ เช่น ไฟดูด

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาจำแนกตามเพศ

##### การรับรู้ปัญหาจำแนกตามเพศ

จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของสาเหตุที่ทำให้มาใช้บริการ สปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ต้องการพักผ่อนคลายเครียด รองลงมาคือ ต้องการรักษาสุขภาพ และรองลงมาให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ เพื่อความสวยความงาม ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของสาเหตุที่ทำให้มาใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ต้องการพักผ่อน คลายเครียด รองลงมาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ต้องการรักษาสุขภาพ และเพื่อความสวยความงาม

##### การค้นหาข้อมูลจำแนกตามเพศ

จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปาในเรื่องประเภทของการให้บริการและเรื่องความสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง และเรื่องการรักษาความเป็นส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปาในเรื่อง ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการ ใช้สปาในแต่ละครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องความสะดวก และสอบถามว่าผู้้นวคเป็นชาย หรือ หญิง

จำแนกตามเพศพบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปสปา รองลงมาคือ โฆษณาทางนิตยสาร และแผ่นพับหรือโบปลิว และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปาในมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปสปา รองลงมาให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ โฆษณาทางนิตยสาร และพนักงานขาย/พนักงานต้อนรับของสปา



### การประเมินทางเลือกจำแนกตามเพศ

จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการสปา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการชาวน้ำร้อน(Sauna) ให้บริการนวดน้ำมันโรมา(Aroma) และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100 % ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% รองลงมาให้ความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ให้บริการนวดน้ำมันโรมา(Aroma) และให้บริการนวดแผนไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชาวน้ำร้อน(Sauna) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท รองลงมาคือ อบไอน้ำ (Steam) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท และนวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ ซักผิว ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 600 บาท รองลงมาคือ นวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท และพอกผิวด้วยโคลน ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 600 บาท พอกผิวด้วยโยเกิร์ต ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 650 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ รองลงมาคือ โกลแห่งชุมชนสงบเงียบ และมีความสะดวกในการเดินทาง และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ มีความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากคือ โกลแห่งชุมชนสงบเงียบ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน รองลงมาคือ มีการระดมยอดใช้บริการเพื่อแลกของรางวัล และมีการแจกของแถม ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน รองลงมาคือ มีพนักงานขายแนะนำสินค้าและบริการ และ มีการแจกของแถม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ พูดยาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมาคือ มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี และพนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพสะอาด และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในเรื่องเดียวกันแต่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ สถานที่สะอาด รองลงมาคือ เป็นสัดส่วนเป็นส่วนส่วนตัว และมีอากาศเย็นสบาย

บรรยากาศดี มีคนตรีบรรเลงเบาๆสบายๆ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะกายภาพมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่สะอาด เป็นสัดส่วนเป็นส่วนตัว และมีอากาศเย็นสบายบรรยากาศดี

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ จัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง รองลงมาคือ มีใบบอกราคาสินค้าหรือป้ายประกาศที่ชัดเจน และเวลาเปิด-ปิดของสปาสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ จัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง รองลงมาคือ มีใบบอกราคาสินค้าหรือป้ายประกาศที่ชัดเจน และรองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ อธิบายลักษณะของแต่ละแพคเกจ

#### การตัดสินใจจำแนกตามเพศ

จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ และ ปัจจัยด้านสถานที่

คำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จักที่มีประสบการณ์ทางสปา มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มากที่สุด รองลงมาคือ คำแนะนำจาก บุคลากรทางการแพทย์ และบุคลากรทางด้านความสวยความงาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงทำการตัดสินใจด้วยตนเองในการใช้บริการสปามากที่สุด รองลงมาคือ ตนเองร่วมกันตัดสินใจกับเพื่อนๆคนทีรู้จัก

#### การประเมินหลังการบริโภคจำแนกตามเพศ

จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปาอยู่ที่ระดับปานกลาง รองลงมาคือมีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปาอยู่ที่ระดับมาก และระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงจะแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักมาใช้บริการสปา และจะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป

## ส่วนที่ 5 ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

### การรับรู้ปัญหาจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนทุกระดับให้ความสำคัญของสาเหตุที่ทำให้มาใช้บริการสปา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของสาเหตุที่ทำให้มาใช้บริการ สปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ต้องการพักผ่อน คลายเครียด รองลงมาคือ ต้องการรักษาสุขภาพ และ ต้องการบำบัดรักษาโรค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญของสาเหตุที่ทำให้มาใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้องการพักผ่อนคลายเครียด รองลงมาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากคือ ต้องการรักษาสุขภาพ รองลงมาให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ เพื่อความสวยความงาม

### การค้นหาข้อมูลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปามากที่สุดในเรื่อง ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง รองลงมาคือ เรื่องความสะดวก และลักษณะสปาที่เปิดให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปามากที่สุดในเรื่อง ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปา ในแต่ละครั้ง รองลงมาคือ เรื่องความสะดวก และรักษาความเป็นส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปาที่สุดในเรื่อง ลักษณะสปาที่เปิดให้บริการ เรื่องความสะดวก รองลงมาคือ ผู้หมวดเป็นชายหรือหญิง เรื่องความสะดวก และราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนทุกระดับให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ในรายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ โฆษณาทางนิตยสาร รองลงมาคือ พนักงานขายพนักงานต้อนรับสปา และ ป้ายโฆษณา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปสปา รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางคือ แผ่นพับหรือโบปลิว และพนักงานขายพนักงานต้อนรับสปา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด

เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปสปา รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางคือ บุคลากรทางการแพทย์ และพนักงานขายพนักงานต้อนรับสปา

#### การประเมินทางเลือกตามรายได้ต่อเดือน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการสปา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% รองลงมาคือ มีให้บริการชาวนน่า (Sauna) และมีให้บริการอ่างน้ำวนแบบจากุซซี่ (Jacuzzi) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% รองลงมาคือ มีให้บริการนวดน้ำมันอโรมา (Aroma) และมีให้บริการอ่างน้ำวนแบบจากุซซี่ (Jacuzzi) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีให้บริการชาวนน่า (Sauna) รองลงมาคือ มีให้บริการนวดน้ำมันอโรมา (Aroma) และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100%

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ นวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมง ไม่เกิน 150 บาท รองลงมาคือ ซักผืนราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 600 บาท และพอกผิวด้วยโคลนราคาต่อ ครั้ง/ ชั่วโมงไม่เกิน 600 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อบไอน้ำ (Steam) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท รองลงมาคือ ชาวนน่า (Sauna) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท และนวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมง ไม่เกิน 150 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัย ด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ นวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท รองลงมาคือ ชาวนน่า (Sauna) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท และพอกผิวด้วยโคลนราคาต่อครั้ง/ ชั่วโมง ไม่เกิน 600 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนทุกระดับ ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ มีความสะดวกในการเดินทาง และใกล้แหล่ง ชุมชนสงบเงียบ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด รองลงมาคือ มีการแจกของแถม และมีการโฆษณาทางวิทยุและสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน



ระดับมาก ได้แก่ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด รองลงมาคือ มีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน และมีแจกของแถม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน รองลงมาให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และมีพนักงานขาย แนะนำสินค้าและบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ พุดจาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ มนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพสะอาด และมีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ พุดจาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ มนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาด และมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าให้คำปรึกษาแนะนำให้ลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ พุดจาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ มนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมาคือ มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี และพนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ สถานที่สะอาด รองลงมาคือ เป็นสัดส่วนเป็นส่วนตัว และรองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ มีอากาศเย็นสบายบรรยากาศดี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะกายภาพมีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ เป็นสัดส่วนเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ สถานที่สะอาด และมีอากาศเย็นสบายบรรยากาศดี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ สถานที่สะอาด รองลงมาคือ เป็นสัดส่วนเป็นส่วนตัว และมีอากาศเย็นสบายบรรยากาศดี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ มีใบบอกราคาสินค้าหรือป้ายประกาศที่ชัดเจน รองลงมาคือ จัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง และ ให้ลูกค้าได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ จัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้า รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ มีใบบอกราคาสินค้าหรือป้ายประกาศที่ชัดเจน และอธิบายลักษณะของแต่ละแพคเกจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้าน

กระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ จัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้า รongลงมา คือ ให้ลูกค้าได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ และเวลาเปิด-ปิดของสปาสะดวกต่อการเลือกใช้บริการ

#### การตัดสินใจจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 ปีจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปีจจัยด้านบุคคล รองลงมา คือ ปีจจัยด้านลักษณะกายภาพ และปีจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ปีจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปีจจัยด้านบุคคล รองลงมาคือ ปีจจัยด้านสถานที่ และ ปีจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทให้ความสำคัญของปีจจัยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปีจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือ ปีจจัยด้านบุคคล และปีจจัยด้านลักษณะกายภาพ

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนทุกระดับพบว่า คำแนะนำจากเพื่อน/คนประสพการณ์ทางสปา มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ และบุคลากรทางด้านความสวยความงาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท ตัดสินใจด้วยตนเองในการใช้บริการสปามากที่สุด รองลงมาคือ ตนเองและเพื่อนๆคนที่ยูจักร่วมกันตัดสินใจ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ตนเองร่วมกันตัดสินใจกับเพื่อนๆคนที่ยูจักในการใช้บริการสปามากที่สุด รองลงมาคือ ตัดสินใจด้วยตนเอง

#### การประเมินหลังการบริโภคจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาทส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจ หลังจากใช้บริการสปาอยู่ที่ระดับปานกลาง รองลงมาคือ มีความพึงพอใจ หลังจากใช้บริการสปาอยู่ที่ระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ หลังจากใช้บริการ สปา อยู่ที่ระดับมากที่สุดและปานกลางในจำนวนที่เท่ากัน รองลงมาคือมีความพึงพอใจ หลังจากใช้บริการสปาอยู่ที่ระดับปานมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนทุกระดับส่วนใหญ่จะแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่ยูจัก มาใช้บริการสปา และจะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป

## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหาหรือการตระหนักถึงความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของสาเหตุที่มาใช้บริการสปาคือ ต้องการพักผ่อนคลายเครียดมากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการรักษาสุขภาพ และเพื่อความสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิภาพร มหาชัย(2544) ที่ศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปา ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการสปาเพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียด

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปาในเรื่องความสะอาดมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง และผู้ نقد เป็นชาย หรือหญิง โดยแหล่งข้อมูลที่นิยมสอบถามมากที่สุดคือ เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จัก ที่เคยไปใช้บริการ สปา

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือกก่อนซื้อ ในการศึกษาี้ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการหลายๆรายมาทำการประเมินผลทางเลือกก่อนซื้อตามลำดับ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกใช้ บริการ สปามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ สปามีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% รองลงมาคือ สปามีให้บริการนวดน้ำมันอโรมา(Aroma) และให้บริการชาร้อนน้ำ(Sauna)

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกใช้ บริการ สปามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ นวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท รองลงมาคือ อบไอน้ำ(Steam)ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท และชาร้อนน้ำ(Sauna) ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท

3. ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกใช้ บริการ สปามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ รองลงมาคือ มีความสะดวก ในการเดินทาง และใกล้แหล่งชุมชนสงบเงียบ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกใช้ บริการ สปามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด รองลงมาคือ มีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน

5. ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกใช้ บริการ สปามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ พนักงานพุดจาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังสุภาพ

มนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส รองลงมาคือ มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี และพนักงานที่ให้บริการ แต่งกายสุภาพสะอาด

6. ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกใช้บริการ สปาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ สถานที่สะอาด และเป็นสัดส่วนเป็นส่วนตัว

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการประเมินทางเลือกใช้บริการ สปาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง รองลงมาคือ มีใบบอกราคาสินค้าหรือป้ายประกาศที่ชัดเจน และให้ลูกค้าได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ

ขั้นตอนที่ 4 การซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ซื้อใช้บริการสปาเป็นครั้งๆ ไปส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสปา ส่วนใหญ่เสียค่าบริการสปาต่อครั้ง ประมาณ 501 - 1,000 บาท รองลงมาคือ เสียค่าบริการสปาต่อครั้ง ประมาณ 100 - 500 บาท และเสียค่าบริการสปาต่อครั้ง ประมาณ 1,001 - 1,500 บาท สปาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมไปซื้อใช้บริการมากที่สุดคือ สปาโรมา รองลงมาคือ เชียงใหม่สปาคลับ และสยามสปา

ขั้นตอนที่ 5 การบริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปาด้วยความถี่ ประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ ไปใช้บริการสปาด้วยความถี่ประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล สอดคล้องกับการศึกษาของ สุชาวลี สุทธิคณิง (2542) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคตามความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล จะเห็นว่าคำแนะนำจากเพื่อน/คนที่มีประสบการณ์ทางสปา มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองในการใช้บริการสปามากที่สุด รองลงมาคือตนเอง ร่วมกันตัดสินใจกับเพื่อนๆ/คนรู้จัก

ขั้นตอนที่ 6 การประเมินหลังการบริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปาอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จัก มาใช้บริการสปา และจะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป

ขั้นที่จัดการจัดการกับสิ่งเหลือใช้ เนื่องจากการทำสปาในแต่ละครั้งทางสปาได้จัดสรรสิ่งของในการทำสปาเพื่อใช้แล้วหมดไปในการทำสปารั้งนั้นๆ ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งของเหลือใช้จากการทำสปาที่ผู้ให้บริการสปาจะเก็บไว้ใช้ในครั้งต่อไป

สำหรับคุณภาพการบริการผู้ตอบแบบสอบถามจะคำนึงถึง ความมีน้ำใจ (Courtesy) พูจายไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส



## ข้อค้นพบ

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนการตระหนักถึงความต้องการ พบว่า

สาเหตุที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการสปามากที่สุดคือ ต้องการพักผ่อนคลายเครียด รองลงมาคือ ต้องการรักษาสุขภาพ

ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสปาได้แก่ เรื่องความสะอาด ราคา ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง ผู้ตอบเป็นชาย หรือ หญิง โดยจะสอบถามข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นตัวบุคคล เช่น เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปา
2. แหล่งข้อมูลที่ไม่ใช่บุคคลเช่น โฆษณาทางวิทยุ จะให้ความสำคัญน้อย
3. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปาในเรื่องประเภทของการให้บริการและเรื่องความสะอาดมากที่สุด ส่วนเพศหญิงสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปาในเรื่องค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปามากที่สุดในเรื่อง ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสปามากที่สุดในเรื่อง ลักษณะสปาที่เปิดให้บริการ และเรื่องความสะอาด

ขั้นตอนการประเมินทางเลือกก่อนซื้อพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในการประเมินทางเลือก คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% ให้บริการนวดน้ำมัน อโรมา (Aroma) ให้บริการซาวน่าน้ำ (Sauna) และผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกคือ มีให้บริการซาวน่าน้ำ (Sauna) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% (ระดับสำคัญมาก)

### ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในการประเมินทางเลือก คือ นวดแผนไทย อบไอน้ำ (Steam) ซาวน่าน้ำ(Sauna) นวดอโรมาเธอราปี จัดผิว นวดหน้า วารีบำบัด พอกผิวด้วยโคลน พอกผิวด้วย โยเกิร์ต

### ปัจจัยด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในการประเมินทางเลือก คือ มีความสะดวกในที่จอดรถ

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด และมีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน และเมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือนจะพบว่าผู้ที่มีรายได้สูง (มากกว่า 20,000 บาท) จะไม่สนใจเรื่องการลดแลก แจกแถมแต่จะให้ความสนใจในเรื่องมีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจนมากกว่า

### ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในการประเมินทางเลือก คือ พนักงานที่ให้บริการสปา ต้องพูดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวัง สุภาพ มนุษยสัมพันธ์ดี ขี้มเข้มแจ่มใส

### ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินทางเลือก คือ สถานที่ต้องสะอาด และสถานที่เป็นส่วนรักษาความเป็นส่วนตัว

### ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในการประเมินทางเลือก คือ การจัดเตรียมห้อง ให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง

### ขั้นตอนการตัดสินใจ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ถึง 20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา คือ ปัจจัยด้านบุคคล ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา คือ ปัจจัยด้านสถานที่
3. คำแนะนำจากเพื่อน/คนที่มีประสบการณ์ทางสปาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. เพื่อนๆที่รู้จักมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

### ขั้นตอนการประเมินหลังการบริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจในการบริการที่ได้รับจากสปาที่ตนเองเลือกและจะกลับมาใช้บริการอีก รวมทั้งจะแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักมากใช้บริการ

ตารางที่ 62 สรุปกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาที่มีผลมากลำดับแรก

<p>ขั้นการรับรู้ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สาเหตุที่ทำให้ให้มาใช้บริการสปา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อต้องการพักผ่อนคลายเครียด</li> </ul>
<p>ขั้นการค้นหาข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลที่สอบถามเกี่ยวกับสปา</li> <li>- แหล่งข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสะอาด</li> <li>- เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปา</li> </ul>
<p>ขั้นการประเมินทางเลือก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ด้านผลิตภัณฑ์</li> <li>- ด้านราคา</li> <li>- ด้านสถานที่</li> <li>- ด้านการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- ด้านบุคคล</li> <li>- ด้านลักษณะกายภาพ</li> <li>- ด้านกระบวนการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100%</li> <li>- มาตรฐานไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท</li> <li>- มีความสะอาดในที่จอดรถ</li> <li>- มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด</li> <li>- พนักงานพูดจาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวัง สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส</li> <li>- สถานที่สะอาด</li> <li>- การจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง</li> </ul>
<p>ขั้นการซื้อ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะการซื้อ</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง</li> <li>- สถานที่ที่นิยมซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อแล้วใช้ ณ เวลานั้นเลย</li> <li>- เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ประมาณ 501 – 1,000 บาท</li> <li>- สปาโรมา</li> </ul>
<p>ขั้นการบริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความถี่ในการไปใช้บริการ</li> <li>- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน</li> <li>- ปัจจัยด้านบุคคล</li> </ul>
<p>ขั้นการประเมินหลังการบริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพึงพอใจหลังใช้บริการสปา</li> <li>- การแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักมาใช้บริการ</li> <li>- การกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง</li> <li>- จะแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักมาใช้บริการ</li> <li>- จะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป</li> </ul>



ตารางที่ 63 สรุปกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาที่มีผลมากลำดับแรก จำแนกตามเพศ

กระบวนการตัดสินใจ	เพศชาย	เพศหญิง
<p>ขั้นการรับรู้ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สาเหตุที่ทำให้ไปใช้บริการสปา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อต้องการพักผ่อนคลายเครียด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพื่อต้องการพักผ่อนคลายเครียด</li> </ul>
<p>ขั้นการค้นหาข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลที่สอบถามเกี่ยวกับสปา</li> <li>- แหล่งข้อมูล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเภทของการให้บริการและเรื่องความสะดวก</li> <li>- เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปาในแต่ละครั้ง</li> <li>- เพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปา</li> </ul>
<p>ขั้นการประเมินทางเลือก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ด้านผลิตภัณฑ์</li> <li>- ด้านราคา</li> <li>- ด้านสถานที่</li> <li>- ด้านการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- ด้านบุคคล</li> <li>- ด้านลักษณะกายภาพ</li> <li>- ด้านกระบวนการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้บริการชาวน้ำร้อน(Sauna)</li> <li>- ชาวน้ำร้อน(Sauna) ราคาต่อครั้ง/ ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาท</li> <li>- มีความสะดวกในที่จอดรถ</li> <li>- มีป้ายแสดงการบริการด้านต่างๆชัดเจน</li> <li>- พนักงานพูดจาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส</li> <li>- สถานที่สะอาด</li> <li>- การจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100%</li> <li>- จัดคิว ราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 600 บาท</li> <li>- มีความสะดวกในที่จอดรถ</li> <li>- มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด</li> <li>- พนักงานพูดจาไพเราะบริการด้วยความระมัดระวังสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส</li> <li>- สถานที่สะอาด</li> <li>- การจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง</li> </ul>
<p>ขั้นการซื้อ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะการซื้อ</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อแล้วใช้ ณ เวลานั้นเลย</li> <li>- เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ประมาณ 501-1,000 บาท</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อแล้วใช้ ณ เวลานั้นเลย</li> <li>- เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ประมาณ 501 - 1,000 บาท</li> </ul>
<p>ขั้นการบริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความถี่ในการไปใช้บริการ</li> <li>- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน</li> <li>- ปัจจัยด้านบุคคล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน</li> <li>- ปัจจัยด้านบุคคล</li> </ul>
<p>ขั้นการประเมินหลังการบริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความพึงพอใจหลังใช้บริการสปา</li> <li>- การแนะนำให้ผู้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักมาใช้บริการ</li> <li>- การกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง</li> <li>- จะแนะนำให้ผู้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักมาใช้บริการ</li> <li>- จะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง</li> <li>- จะแนะนำให้ผู้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักมาใช้บริการ</li> <li>- จะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป</li> </ul>

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับมาพัฒนาบริการด้านสปาให้เป็นที่ยอมรับ มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับแล้วจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและช่วยแนะนำให้กับญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จัก ให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น รวมทั้งการใช้เครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาใช้บริการจากสปามากขึ้น ซึ่งสปาต้องวางกลยุทธ์ในการบริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้จัดทำจึงขอเสนอกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการในแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนี้

### ข้อเสนอแนะด้านบุคคล

ควรจัดเตรียมพนักงานชาย พนักงานต้อนรับของสปาเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้เข้ามาสอบถาม พร้อมทั้งจัดเตรียมแผ่นพับไว้แก่ลูกค้าและผู้ที่สนใจนำกลับไปอ่านได้ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญของแหล่งข้อมูลจากเพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปาอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรเน้นให้มีเกิดการบอกปากต่อปากเพื่อให้ข้อมูลเข้าถึงผู้บริโภค โดยเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องการรักษา ความสะอาดของ สปา ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นในการใช้สปา ผู้หมวดเป็นชาย หรือ หญิง ลักษณะสปาที่เปิดให้บริการ และรักษาความเป็นส่วนตัว (ในการให้รายละเอียดเป็นส่วนสำคัญควรชี้แจงอย่างชัดเจนเพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดในการรับข่าวสารข้อมูล เนื่องจากข้อมูลส่วนนี้เป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคสอบถามมากที่สุด) ดังนั้นการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกับสปาจึงเป็นการช่วยเผยแพร่ข้อมูลให้แก่ผู้ที่กำลังหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

จากการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลมาก ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาดังนั้นสปาควรอบรมพนักงานในด้านการทำงาน โดยเน้นความสามารถ ความชำนาญ ให้ความรู้เกี่ยวกับสปาแก่พนักงาน พัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานให้เป็นคน พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวัง สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เน้นความสะอาดของพนักงานที่ให้บริการ พนักงานจะต้องต่างกายสุภาพ

จงใจให้พนักงานรักการทำงานในค่านี โดยให้ค่าตอบแทนพิเศษสำหรับพนักงานที่ให้บริการลูกค้าดีเด่น หรือพนักงานที่ลูกค้าเรียกใช้บริการเป็นประจำ เพื่อให้พนักงานเกิดความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า สามารถให้คำปรึกษาลูกค้าได้ และเกิดแรงจูงใจให้พนักงานมีการเตรียมวางแผนการก่อนเริ่มลงมือปฏิบัติงานเพื่อความสะดวกในการให้บริการและสร้างความปลอดภัยในการให้บริการ

วางแผนกำลังพนักงานที่ให้บริการให้มีจำนวนที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เช่น ช่วงตอนเย็นหลังเลิกงาน วันเสาร์-อาทิตย์ หรือช่วงวันหยุด ซึ่งมีความต้องการสูงจากลูกค้า ให้จัดเตรียมเสริมพนักงานเพิ่มขึ้นในช่วงเวลานั้น

ทำการจัดส่งพนักงานไปอบรมในสถาบันที่เชื่อถือได้ในการจัดการด้านสปา เช่นส่งพนักงานไปอบรมการนวดที่สถาบันที่มีกระทรวงสาธารณสุขรับรองและออกประกาศนียบัตรรับรองการฝึกอบรมให้เพื่อสร้างความเชื่อถือในการให้บริการ และสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าที่จะมาใช้บริการ

#### ข้อเสนอแนะด้านสถานที่

สปาควรจัดให้บริการสถานที่จอดรถที่สะดวกเนื่องจากการทำสปาต้องใช้เวลาในการทำสปาในแต่ละครั้งดังนั้นผู้ที่ไปใช้บริการจึงต้องการสถานที่จอดรถที่ปลอดภัยและสะดวกในการเข้าออกสปา สถานที่ตั้งของสปาควรอยู่ในที่มีความสะดวกในการเดินทาง และมีความสงบเงียบ

#### ข้อเสนอแนะด้านลักษณะกายภาพ

สถานที่จะต้องสะอาด เป็นสัดส่วนและเป็นส่วนตัว เช่น การจัดวางแผนสถานที่ ให้สร้างบรรยากาศที่เป็นสัดส่วนและเป็นส่วนตัวแก่ลูกค้า ทำให้ไม่พลุกพล่าน และไม่ก่อให้เกิดเสียงดังทำให้เสียบรรยากาศโดยรวมของสปา การจัดสัดส่วนให้ทริทเมนที่คล้ายกันหรือมีความต้องการที่เหมือนกันได้อยู่ในพื้นที่เดียวกันทำให้เกิดการใช้พื้นที่คุ้มค่า จัดให้มีที่นั่งพักคอยก่อนและหลังการทำทริทเมนที่

#### ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ

จัดแสดงผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับที่ได้แจ้งไว้ นั้นตรงกันหรือไม่เพื่อความเป็นธรรมแก่ลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความสบายในการใช้บริการ จัดให้มีรถรับ-ส่งสำหรับผู้ที่ไม่สามารถมาด้วยตนเองได้โดยคิดราคาประหยัด ตรงจุดนี้จะได้ลูกค้าที่ต้องการทำกายภาพบำบัดด้วย

#### ข้อเสนอแนะด้านราคา

จัดสำรวจราคามาตรฐานของการให้บริการสปาแต่ละชนิดในท้องตลาดและใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่แตกต่างกันเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเกิดการซื้อ โดยสามารถชี้แจงกับลูกค้าได้ว่าราคาที่แตกต่างกันเกิดจากอะไรเช่น ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติ 100%และมีขั้นตอนการให้บริการที่แตกต่างเลยทำให้ราคาสูงกว่าที่อื่นๆ

#### ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์

ควรจัดให้มีการให้บริการดังต่อไปนี้ไว้ในสปา บริการนวดน้ำมัน อโรมา (Aroma) บริการชาวน้ำร้อน(Sauna) บริการอ่างน้ำวนแบบจาคูซซี่(Jacuzzi) และให้บริการนวดแบบไทย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะต้องผลิตจากธรรมชาติ 100% ควรมีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลากหลายกลิ่น และผลิตภัณฑ์ที่ใช้มี

ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เพราะบริการเหล่านี้เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการสปา และพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ดีขึ้นเพื่อเป็นข้อได้เปรียบจากคู่แข่งอื่น โดยยึดหลักมาตรฐานของการบริการที่มีคุณภาพ

#### ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด

เสนอขายระบบสมาชิกให้กับลูกค้า โดยสมาชิกจะได้รับส่วนลดพิเศษในการใช้บริการสปา ซึ่งจะเป็นขยายฐานลูกค้า สามารถเก็บข้อมูลในการให้บริการลูกค้าทำให้สามารถวางแผนการให้บริการและจัดเตรียมกำหนดการในการให้บริการล่วงหน้า

สำหรับข้อมูลที่ได้จากความแตกต่างทางเพศ ผู้ให้บริการสปาควรให้ความสำคัญในความแตกต่างนี้ในการนำเสนอการบริการสปา ควรจัดแพคเกจสำหรับเพศชาย เพศหญิงตามความต้องการที่แตกต่างกันเพื่อเพิ่มการใช้ของลูกค้า เช่น เพศชายต้องเสนอของแถมที่เป็นให้บริการชารวน้ำ(Sauna)ฟรี สำหรับเพศหญิง ต้องเสนอของแถมที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100%ฟรีเป็นต้น