บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากกระแสการตื่นตัวเรื่องการเอาใจใส่ดูแลในด้านสุขภาพของคนรุ่นใหม่ที่กำลังได้รับความสนใจมากขึ้นตามลำดับนั้น ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายประเภทเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ สมุนไพรบำบัด รวมทั้งธุรกิจสปาซึ่งเป็นแนวทางการดูแลสุขภาพโดยอาศัยหลักธรรมชาติบำบัด ที่กำลังกลายเป็นที่นิยมของผู้บริโภคชาวไทย ซึ่งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาธุรกิจสปาในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสปาระดับหรูซึ่งกลายเป็นบริการที่สำคัญในการพิจารณาเลือกพักที่โรงแรมระดับ 4-5 ดาว หรือรีสอร์ทต่าง ๆ ของบรรดาลูกค้าชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย ทำให้ปัจจุบันรายได้จากธุรกิจสปานับเป็นรายได้หลักทางหนึ่งของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทระดับหรู นอกเหนือจากรายได้ในด้านที่พักและอาหารเครื่องดื่ม (People in Business, 2544)

จากความต้องการของตลาดระดับบนที่ขยายตัวกว้างขวางขึ้น กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาธุรกิจสปาระดับกลางซึ่งตั้งอยู่นอกโรงแรมขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และเมืองท่องเที่ยวสำคัญ ๆ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับตลาดระดับกลางซึ่งประกอบด้วยกลุ่มคนทำงานทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่พำนักในประเทศไทยรวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวในตลาดระดับกลางซึ่งนิยมเดินทางเข้ามาในลักษณะของกรุ๊ปทัวร์ ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจสปามีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจสปาในปัจจุบันต่างเร่งพัฒนาบริการสปาที่มีคุณภาพขึ้น ประกอบด้วยบริการสปาที่เริ่มก่อตั้งขึ้นมาเองและบริการสปาที่ก่อตั้งโดยมีผู้ประกอบการที่เชี่ยวชาญและมีชื่อเสียงในธุรกิจสปาจากต่างประเทศเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ

จากสถิติการประกอบธุรกิจสปาในประเทศไทย ธุรกิจสปาในปี 2543-2545 มีอัตราการขยายตัวถึง ร้อยละ 64 กล่าวคือเพิ่มขึ้นจากจำนวนสปา 230 แห่ง เป็นจำนวนประมาณ 370 แห่ง สามารถดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้ 2.5 ล้านคน หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 79 ของลูกค้าสปาทั้งหมด เกิดการสร้างรายได้จากตลาดบริการสปาถึง 3,500 ล้านเหรียญสหรัฐ จนถึงปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546ก: ออนไลน์) ธุรกิจสปาสามารถสร้างรายได้รวมไม่ต่ำกว่า 24,000 ล้านบาท ปัจจุบันมีผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ให้ความสนใจในธุรกิจสปามากขึ้น เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูง คือ เฉลี่ยประมาณ 3-5 ล้านบาทต่อสาขาและสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาอันสั้น คือ ประมาณไม่เกิน 1 ปี นอกจากนี้ ยังเป็นธุรกิจที่ตอบรับกระแสพฤติกรรม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของผู้บริโภคที่หันมาสนใจด้านสุขภาพและด้านความงามกันมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดระดับกลางที่ยังมีลู่ทางขยายตัวได้อีกมาก ผู้ประกอบการธุรกิจสปาประเภทนี้มักมีธุรกิจหลักดั้งเดิมอยู่แล้ว อาทิ ธุรกิจเสริมความงาม ธุรกิจด้านการแพทย์ และธุรกิจผลิตภัณฑ์ด้านสปาและความงาม เป็นต้น และใช้ฐานตลาดที่มีอยู่เดิมขยายขอบข่ายของธุรกิจให้ครอบคลุมกว้างขึ้น เพื่อตอบรับกระแสตลาดสปาที่กำลังมาแรง

ธุรกิจสปาที่เปิดให้บริการในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีเป็นจำนวนมาก และมีจำนวน 8 แห่งที่เป็นสมาชิกของ Chiangmai SPA Society of Thailand : CSOT (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546ข) นอกจากนี้ก็ยังเป็น สปาที่มีการดำเนินการใน 2 ลักษณะคือแฟรนไชส์ และ สปาที่เจ้าของกิจการก่อตั้งเองโดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา ซึ่งจากการสอบถามผู้ประกอบการบางส่วนพบว่าธุรกิจสปาได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วจากผู้ที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่กำลังได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักตามแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล จึงทำให้ธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นธุรกิจที่น่าลงทุนอีกธุรกิจหนึ่ง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงควรมีกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นด้านการตลาด หรือความต้องการของลูกค้า โดยหาวิธีการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเหล่านั้นยังคงเป็น ลูกค้าต่อไปอีกในอนาคต ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของลูกค้า หลังจากได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้วพบว่าสินค้าหรือบริการนั้น มีอรรถประโยชน์ คุณค่า และคุณภาพเหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่ได้จ่ายไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ธุรกิจสปา หมายถึง การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ ประกอบด้วยการนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่นการอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปาในการปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์การตลาดและหาแนวทางในการขยายโอกาสทางการตลาดต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved