

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างคือ ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 165 คน

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ ร้อยละ 51.0 และเป็นชาวไทย ร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.3 โดยเป็นชาวไทย มากที่สุดหรือ ร้อยละ 49.0 รองลงมา คือ ชาวอเมริกัน ร้อยละ 28.5 และชาวอังกฤษ ร้อยละ 10.3

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.1 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ร้อยละ 59.2 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.4 มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 46.9 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายใช้บริการนวดเท้าเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 67.4 ส่วนเพศหญิงใช้บริการนวด / บำรุงรักษาหน้ามากที่สุด ร้อยละ 39.5 และไม่เป็นสมาชิกของธุรกิจสปาใด ๆ เลยมีจำนวนถึงร้อยละ 96.3 มีผู้ใช้บริการ สปา 1 – 2 ครั้ง / เดือน ร้อยละ 81.5 และส่วนใหญ่ใช้บริการแต่ละครั้งไม่เกิน 1 ชั่วโมง ร้อยละ 60.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบวิธีการนวดแบบไทย ร้อยละ 84.0 ชอบใช้บริการในช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. ร้อยละ 50.6 ส่วนใหญ่ใช้บริการสปาในวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 60.4 ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาแต่ละครั้ง เป็นเงิน 1,000 – 1,500 บาท ร้อยละ 67.9 ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปากับเพื่อน ร้อยละ 64.2 และไม่มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำจะลองเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ร้อยละ 55.6

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.6 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 27.4 มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 58.3 มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 41.7 เพศชายใช้บริการนวดเท้ามากที่สุด ร้อยละ 51.3 ส่วนเพศหญิงใช้บริการนวด / บำรุงรักษาหน้า ร้อยละ 75.6 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดไม่เป็นสมาชิกของ

ธุรกิจสปาใด ๆ มีผู้ใช้บริการสปา 1 – 2 ครั้ง / เดือน ร้อยละ 70.3 มีระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งไม่เกิน 1 ชั่วโมง ร้อยละ 46.4 ส่วนใหญ่ชอบวิธีการนวดแบบไทย ร้อยละ 59.5 ชอบใช้บริการในช่วงเวลา 10.00 – 13.00 น. ร้อยละ 56.0 ส่วนใหญ่ใช้บริการสปาในวันธรรมดา ร้อยละ 65.4 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาแต่ละครั้ง เป็นเงิน 1,000 – 1,500 บาท หรือร้อยละ 61.9 ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปากับเพื่อน ร้อยละ 71.4 เคยใช้บริการสปาแห่งนี้เป็นครั้งแรกหรือเคยใช้เพียงครั้งเดียวมากที่สุดหรือร้อยละ 48.8

#### 5.1.2 ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจสปา

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากใน 7 ปัจจัยตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาเป็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.83) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

#### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) สำหรับปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่มีเครื่องดื่มไว้ต้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.22) และได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

#### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) สำหรับปัจจัยย่อยมี ค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.10) การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.07) สถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่นแบบไทย แบบยุโรป (ค่าเฉลี่ย 3.99)

#### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00–20.00น. (ค่าเฉลี่ย 4.09) สามารถ ติดต่อจองเวลาใช้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

#### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมา (ค่าเฉลี่ย 3.92) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ผู้หมวด บำบัด มีประกาศนียบัตร การอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงาน/ผู้หมวดมีบุคลิกภาพดี มีมารยาท (ค่าเฉลี่ย 3.93) และพนักงาน/ผู้หมวด มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.92)

#### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.89) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79)

#### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.83) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.85)

#### ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.78) สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือมีรายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.07)

#### ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามเพศ

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ มีเมนูสปาให้เลือกหลากหลาย

##### ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสปาเมนู ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านสถานที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือระยะเวลาเปิด - ปิด สถานบริการตั้งแต่ 10.00 - 20.00 น. ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือมีเอกสาร / คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ

ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือผู้ นวด / บำบัดมีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ ส่วนเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือพนักงาน / ผู้ นวด มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือมีเครื่องดื่มไว้ต้อนรับลูกค้า

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ และการนำเสนอที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ

ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกเช่นเดียวกันคือ มีรายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต ส่วนชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสปาเมนู

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือมี รายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย

### ปัจจัยด้านสถานที่

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ระยะเวลาเปิด – ปิด สถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น.

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือเอกสาร / คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ

### ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือพนักงาน / ผู้ควบคุมมีบุคลิกภาพดี มีมารยาท ส่วนชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือผู้ควบคุม / บำบัด มีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ

### ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ มีเครื่องคัมไวด์ออนรับลูกค้า

### ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ ส่วนชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยภาพลักษณ์และการนำเสนอ ที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ

### ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

#### ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ 1 – 2 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีรายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย ผู้ใช้บริการ 3 – 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีรายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย ผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้

#### ปัจจัยด้านราคา

ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ 1 – 2 ครั้ง, 3 – 4 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสปาเมนู



### ปัจจัยด้านสถานที่

ทั้งผู้ใช้บริการที่มีความถี่ 1-2 ครั้ง และ 3-4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ระยะเวลาในการเปิด-ปิด สถานบริการ ตั้งแต่ 10.00-20.00 น. ส่วน ผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ 1-2 ครั้ง, 3-4 ครั้ง และ มากกว่า 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีเอกสาร / คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ

### ปัจจัยด้านบุคคล

ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ 1-2 ครั้ง และ 3-4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ผู้หมวด / บำบัด มีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ ส่วนผู้ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง พนักงาน / ผู้หมวด มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส

### ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ 1-2 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีเครื่องคั้นไว้ค้อนรับลูกค้า ผู้ใช้บริการ 3-4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง มีเครื่องคั้นไว้ค้อนรับลูกค้า ส่วนผู้ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง

### ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ 1-2 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ ผู้ใช้บริการ 3-4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ ผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ และการตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป

### 5.1.3 ปัญหาของบริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.75) รองลงมาคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.58) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.56) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.55)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.55) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 2.35) และด้านภาพลักษณ์ และการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 2.34)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสองลำดับแรกคือ ชนิดของน้ำมันที่ใช้ขวด ไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.82) และอุปกรณ์ในการบริการ ไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.62) ปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ย สูงสุดคือราคาค่าบริการสูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.66) ความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละ แห่ง ต่างกันมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.51) ปัญหาด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.61) พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.58) และพนักงานขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.50) ปัญหาด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.64) สถานที่ตั้ง หา ยาก (ค่าเฉลี่ย 2.56) ไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.52) และที่จอดรถไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.50) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.79) การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ไม่น่า สนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.57) วิธีการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.54) และให้ส่วนลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.49) ปัญหาด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละ ชั้นตอนนานเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.44) ความล่าช้าในการประสานงานภายใน (ค่าเฉลี่ย 2.44) ให้ บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.36) และไม่มีบริการรถรับส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.29) ปัญหาด้านภาพ ลักษณ์และการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงาม หรือ ไม่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 2.42) ป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด (ค่าเฉลี่ย 2.35) ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.33) และลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 2.24)

## 5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ผู้หญิงชาวต่างประเทศ ที่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ซึ่งมีรายได้ ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะใช้บริการสปามากที่สุด บริการที่ใช้คือ นวดเท้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภากร มหาชัย วิทยุธรรมหาชัย (2544) ได้ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อ สุขภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี ส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 7 ปัจจัย ตามความสำคัญดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาเป็น

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.83) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประเมินทางเลือกในการใช้บริการสปาในระดับมากทุกปัจจัย เช่นกัน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านมีเรื่องคัมไว์ต้อนรับลูกค้าเป็นลำดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ซึ่งให้ความสำคัญการจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้องเป็นลำดับแรก

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดภาพลักษณ์และการนำเสนอ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจลำดับแรกในเรื่องความสะดวกของห้องอาบน้ำ/ห้องนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ซึ่งให้ความสำคัญเรื่องสถานที่สะอาดเป็นลำดับแรก

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระยะเวลาเปิด-ปิด สถานบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ซึ่งให้ความสำคัญต่อความสะดวกด้านที่จอดรถเป็นลำดับแรก

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการอบรมวิชาชีพเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ซึ่งให้ความสำคัญต่อเรื่องการพูดจาไพเราะและบริการด้วยความระมัดระวัง สุภาพและมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยมเข้มแข็งเป็นลำดับแรก

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสปาเมนูเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ซึ่งให้ความสำคัญต่อเรื่องชวมนำราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 50 บาทเป็นลำดับแรก

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านมีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ซึ่งให้ความสำคัญต่อเรื่องมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดเป็นลำดับแรก



ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านมีรายการในสเปกแมนูให้เลือก หลากหลายเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีสุตา ชัยชนะ ซึ่งให้ความสำคัญ ต่อเรื่องผลิตภัณฑ์ผลิตจากธรรมชาติ 100% เป็นลำดับแรก

### 5.3 ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของ ธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ เพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี นิยมใช้บริการนวดเท้ามากที่สุด และชอบวิธีการนวดแบบไทย มากที่สุด

ในเรื่องความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดระดับมากในด้าน กระบวนการเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านสถานที่ ด้าน บุคคล ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ .

ในด้านปัญหาของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่า มีปัญหาาระดับปาน กลาง ลำดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมาคือด้านราคา ด้านบุคคล ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และ การนำเสนอ

นอกจากนี้โดยรวมยังพบปัจจัยย่อยที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด และปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหา มากที่สุด สรุปเป็นตารางดังนี้

ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยย่อย ที่พึงพอใจมากที่สุด	ปัจจัยย่อย ที่เป็นปัญหามากที่สุด
1. ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.22)	มีเครื่องคั้นไว้ต้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41)	ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ ละขั้นตอนนานเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.44)
2. ด้านภาพลักษณ์และ การนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.05)	ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.10)	การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงาม หรือไม่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 2.42)
3. ด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.92)	ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้ง แต่ 10.00–20.00น. (ค่าเฉลี่ย 4.09)	สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.64)
4. ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.92)	ผู้ควบคุม บำบัด มีประกาศนียบัตร การอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.02)	พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.61)
5. ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89)	ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการ ในสปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.02)	ราคาค่าบริการสูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.66)
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.83)	มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับ สปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98)	ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถาน ที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.79)
7. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78)	มีรายการในสปาเมนูให้เลือก หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.46)	ชนิดของน้ำมันที่ใช้นวดไม่พอ เพียง (ค่าเฉลี่ย 2.82)

จากการศึกษาครั้งนี้ เมื่อจำแนกตามกลุ่มชาวไทยและชาวต่างประเทศมีข้อค้นพบหลาย  
ประเด็น ดังต่อไปนี้

กลุ่มชาวไทยต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน  
ระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับสุดท้ายคือ มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลากหลาย

ความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้ ชื่อเสียงของสถานบริการ และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ชนิดของน้ำมันที่ใช้ขนาดไม่พอเพียง

ปัจจัยด้านราคามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ราคาค่าบริการสูงเกินไป

ปัจจัยด้านสถานที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือสถานที่ตั้งห่างไกล

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ เช่น สะสมแต้ม และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านบุคลากรมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือพนักงาน / ผู้หมวด สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ การตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงามหรือไม่มีเอกลักษณ์

ปัจจัยด้านกระบวนการมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือคิดราคาค่าบริการผิด

กลุ่มชาวต่างประเทศต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับสุดท้ายคือน้ำมันหอมระเหยมีตราชี้ห่อสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม น้ำมันหอมระเหยผลิตจากธรรมชาติไม่มีสารเคมีเจือปน มีบริการพิเศษขณะรอ เช่น หนังสือ และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ชนิดของน้ำมันที่ใช้ขนาดไม่พอเพียง

ปัจจัยด้านราคามีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจนและปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ราคาค่าบริการสูงเกินไป

ปัจจัยด้านสถานที่มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ มีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านบุคคลมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือพนักงาน / ผู้ควบคุม มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือ พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือการตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือการตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงามหรือ ไม่มีเอกลักษณ์

ปัจจัยด้านกระบวนการมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ และปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามากที่สุดคือคิดราคาค่าบริการผิด

ความพึงพอใจที่มีค่าน้อย/ลำดับสุดท้าย สำหรับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการเป็นลำดับสุดท้าย สำหรับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้ายของแต่ละปัจจัย มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ ชื่อเสียงของสถานบริการ ด้านราคา ได้แก่ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนและสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการลดราคา ด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และเข้าใจความต้องการของลูกค้า สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาได้ ด้านกระบวนการ ได้แก่ ให้ลูกค้าเห็นและเลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์เช่น แบบไทย แบบยุโรป

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยสร้างความพึงพอใจให้อยู่ในระดับมากที่สุด และแก้ปัญหาในทุกข้อ ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตาม ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ควรมีชนิดยี่ห้อมี ประเภทของน้ำมันที่ใช้ขนาด ให้ครบถ้วนและเพียงพอและได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข(อย.) และเป็นที่ยอมรับในท้องตลาด อุปกรณ์ที่ให้บริการควรจะทันสมัย ห้องนวดไม่ควรคับแคบเกินไป และให้มีแสงสว่างเพียงพอ และบรรยากาศในห้องควรสม่ำเสมอ มีเสียงดนตรีที่ไม่ดังจนเกินไป

ด้านราคาไม่ควรจะตั้งราคาให้สูงจนเกินไป เพื่อให้เหมาะสมในท้องถิ่นและกลุ่มผู้ให้บริการ และควรอยู่ในระดับใกล้เคียงกับสถานบริการอื่น ๆ

ด้านสถานที่ ควรตั้งอยู่ใกล้ชุมชน และสามารถเดินทางไปได้สะดวก หากเป็นไปได้ควรให้ลูกค้าสามารถจองผ่านทางอินเทอร์เน็ต ได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาและให้ข้อมูล หรือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การขายที่น่าสนใจ เช่น มีบริการเป็นแพ็คเกจในราคาพิเศษ สำหรับช่วงเทศกาล หรือวันหยุดพิเศษ

ด้านบุคคล ควรมีการฝึกอบรมและคัดเลือกพนักงาน ให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ และเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

ด้านกระบวนการ ไม่ควรให้ลูกค้าคอยนาน แต่ควรให้มีการนัดให้เต็มเวลา มีบริการรับส่งลูกค้า และควรระมัดระวังในการคิดเงินให้ถูกต้องและรวดเร็ว

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ การตกแต่งสถานที่ให้สวยงามและเป็นส่วนตัว ทั้งสถานที่นวดและห้องรับรองระหว่างคอย และโดยเฉพาะในเรื่องของป้ายชื่อร้านควรตั้งให้เห็นชัดเจน

จากข้อค้นพบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ลูกค้าพึงพอใจคือ มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลากหลาย ความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้ ชื่อเสียงของสถานบริการ น้ำมันหอมระเหยผลิตจากธรรมชาติไม่มีสารเคมีเจือปน มีบริการพิเศษขณะรอ เช่น หนังสือ รวมทั้งปัญหาในเรื่องชนิดของน้ำมันที่ใช้ขนาดไม่พอเพียง ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการนวดให้มีความหลากหลาย ควรให้ความสำคัญและแสดงให้ผู้ใช้บริการเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มาจากธรรมชาติ เช่น การแสดงใบรับรอง ทำให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกใช้ได้อย่างเต็มที่ และ



ในระหว่างรอใช้บริการควรมีบริการพิเศษ เช่น การเปิดวิทยุทัศน์ให้ความรู้ด้านสปาแก่ผู้มาใช้บริการ ในระหว่างการใช้บริการควรสร้างบรรยากาศให้เหมาะสม เช่น เปิดเพลงคลอ และควรจัดแสงในห้องบริการให้มีความเหมาะสมไม่มีคหรือสว่างเกินไป

ด้านราคา ลูกค้ายังให้ความพึงพอใจกับราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสปาเมนู มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน และมีปัญหาเกี่ยวกับราคาค่าบริการสูงเกินไป จึงเห็นว่าการกำหนดราคาดังนั้นต้องมีความชัดเจน ทั้งการคิดป้ายที่สินค้า และการคิดป้ายบอกในแต่ละแพ็คเกจ และควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการที่ลูกค้าจะได้รับ ควรเน้นให้ลูกค้าเห็นผลประโยชน์ในการใช้บริการก่อนเสนอราคา

ด้านสถานที่ ที่ลูกค้าพึงพอใจคือสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ตั้งหายาก สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน ดังนั้น หากสถานที่ตั้งของสปาอยู่ไกลแหล่งชุมชน ควรจัดหากรรบ้าน – ส่ง คอยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการ ซึ่งอาจคิดราคาหรือ ไม่ก็ได้ ควรจัดทำแผนที่ตั้งสถานที่ประกอบการให้ชัดเจนและมีข้อมูลเพียงพอต่อการเดินทางไปรับบริการ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ ที่ตั้ง สถานที่ใกล้เคียงที่เห็นชัดเจน และมีป้ายบอกทางเป็นระยะ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าพึงพอใจให้มีส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ เช่น สะสมแต้มปี มีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล และพบปัญหาคือไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ มีการสะสมคะแนน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกผูกพันกับสถานบริการ หรือให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิก โดยเน้นสิทธิประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับเป็นสิ่งสำคัญและแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสมาชิกกับผู้ใช้บริการทั่วไปให้เห็นอย่างชัดเจน

ด้านบุคคล พบว่าลูกค้าพึงพอใจในเรื่องพนักงาน / ผู้หมวด สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ พนักงาน / ผู้หมวด มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี และมีปัญหาในเรื่องพนักงาน ไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน ดังนั้นผู้บริหารควรหมั่นจัดอบรมให้พนักงานมีความรู้ด้านสปาอย่างสม่ำเสมอ และความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ให้สามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและเข้าใจ และพนักงานที่ให้บริการต้องมีความเชี่ยวชาญ และให้พนักงานทุกคนผ่านการอบรมเพื่อรับใบประกาศนียบัตรจากกระทรวงสาธารณสุข

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ลูกค้าพึงพอใจกับการตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป โดยมีปัญหาเกี่ยวกับการตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงามหรือไม่มีเอกลักษณ์ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องตกแต่งสถานที่ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของธุรกิจสปาที่ยังคงความเป็นไทย

โดยเน้นเรื่องความสวยงาม สะอาด ปลอดภัย รวมถึงความสะดวก ความสบาย เช่น อาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน บ้ายประชาชนสัมพันธ์ ต่างๆ

ด้านกระบวนการ ลูกค้าพึงพอใจในเรื่องการได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการด้วย และยังพบปัญหาเกี่ยวกับการคิดราคาค่าบริการผิด ดังนั้นผู้ประกอบการควรแสดงให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่ให้บริการ คุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในเรื่องราคาค่าบริการ ซึ่งจะต้องเป็นไปตามราคาที่กำหนด หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาควรแจ้งให้ลูกค้าทราบ

ข้อสำคัญที่สุด ควรให้ความสำคัญเรื่องพนักงานต้อนรับ และพนักงานที่ให้บริการนวด ควรจะมีการคัดเลือก และอบรมเพิ่มพูนความรู้ให้พนักงาน โดยเฉพาะในด้านมารยาท มนุษยสัมพันธ์ และวิธีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และควรให้บริการอย่างเสมอภาค เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และมาใช้บริการเป็นประจำ และอาจจะมีผู้แสดงความคิดเห็น เพื่อแสดงความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อใช้ในการปรับปรุงการบริการ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า