

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยสถานะเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นทำให้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคทั้งทางด้านร่างกายและทางด้านจิตใจ ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น นอกจากการพักผ่อนให้เพียงพอ การรับประทานอาหารให้ถูกสุขลักษณะและการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอแล้ว การใช้ธรรมชาติบำบัดเพื่อปรับสมดุลให้ร่างกายและผ่อนคลายความตึงเครียดเป็นอีกวิธีหนึ่งที่หลายคนเลือกใช้แทนการบำบัดด้วยยาโรค ธุรกิจและบริการที่เกี่ยวกับสุขภาพจึงได้รับความสนใจตามไปด้วย โดยเฉพาะ “สปา” ธุรกิจบริการด้านสุขภาพซึ่งมีแนวโน้มของการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะย่านธุรกิจในกรุงเทพฯ และเมืองท่องเที่ยวสำคัญๆ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549: ออนไลน์)

“สปา” ตามความหมายของกองการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข หมายถึงสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือ สถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้าทั่วไปด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพ การปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อสุขภาพ (Body Care & Treatment) และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ โดยให้คำแนะนำด้านบริการที่จัดไว้ตามหลักวิชาการ รวมถึงอาจจะมีการให้คำแนะนำการส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับพฤติกรรมตามหลักการแพทย์สากล และการสร้างหลักสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์ทางเลือก ทั้งนี้ให้มีมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด (กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, 2549: ออนไลน์)

ผลจากแนวโน้มเกี่ยวกับความสนใจในการดูแลสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้บริโภคในกลุ่มชนชั้นกลาง เป็นโอกาสให้ธุรกิจสปาขยายตัวสู่ตลาดระดับกลาง โดยผู้ประกอบการธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย เปิดดำเนินธุรกิจอยู่ในเมืองใหญ่ หรือย่านธุรกิจ ครอบคลุมตั้งแต่สปาที่อยู่นอกโรงแรมที่มีเป้าหมายเป็นลูกค้าที่มีฐานะ หรือลูกค้าที่มีศักยภาพทางการเงินในระดับสูง และสปานาขนาดเล็กที่มีเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าในระดับรองลงมา ธุรกิจสปาจะเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่มีศักยภาพการเติบโตสูงต่อไป จากที่เคยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20-30 ต่อปี และธุรกิจสปานาขนาดเล็กที่เป็นตลาดของคนไทยมีกำลังบริโภคประมาณ 2,000 ล้านบาทต่อปี (ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในประเทศไทย, 2548: 12)

เขตวัฒนา เป็นย่านพาณิชยกรรมศูนย์กลางเมือง (Central Business District) ของ กรุงเทพมหานคร (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552: ระบบออนไลน์) มีสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Spa Shop) มากที่สุดเมื่อเทียบกับเขตอื่น โดยเป็นสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Spa Shop) จากสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ทั้งหมด 11 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ: ออนไลน์)

เนื่องจากสปาเป็นธุรกิจบริการที่สร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจสปาจะต้องหาลูกค้าและรักษาลูกค้าให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจสปาจึงมีการสร้างกลยุทธ์การตลาดรูปแบบต่างๆ เพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้าได้ต่อเนื่อง เช่น มีรายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย มีการกำหนดราคาแบบแพ็คเกจ มีการจัดโปรโมชั่น มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปา มีการลงโฆษณามากขึ้น มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด เป็นต้น จากกิจกรรมทางการตลาดเหล่านี้จึงทำให้ผู้บริโภคมีข้อมูลข่าวสารมากมายในการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของผู้ประกอบการสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการต่อไป

## นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

**ผู้บริโภค** หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการสปาจากสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตพัฒนากรุงเทพมหานคร

**สปาเพื่อสุขภาพ** หมายถึง การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพโดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพร หรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ หรือไม่ก็ได้ (คณะกรรมการพัฒนาระบบข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์ การพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2550: 31)

**สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ** หมายถึง สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Spa Shop) จากสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐาน สำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509, 2547) ในที่นี้หมายถึง สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ 11 แห่งที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนา กรุงเทพมหานคร