



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

The behavior of the consumers of Let's Relax spa&onsen Thonglor

Sarunya Yodsin

Tourism Industry Faculty of Humanities and Social Sciences Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

The purpose of this study was to investigate the behavior of shoppers using Let's Relax Spa & Onsen Thonglor. The data were collected by using questionnaire from 400 shoppers using Let's Relax Spa & Onsen Thonglor. Statistical methods include frequency, percentage, mean, and standard deviation. The study indicated that The majority of respondents were women under the age of 30. Most of them were engaged in private business. Their was 20,001 to 25,000 baht and came by private cars the most. The most active time is 1 hour 30 minutes and the maximum number of service is 1-3 times per month. The cost is 500-1,000 baht. The most popular spa is the most popular Thai and Onsen massage is Silk Bath. The majority of respondents had the decision to use the service of Let's Relax Spa & Onsen Thonglor when considering factors related to the decision to use Let's Relax Spa & Onsen Thonglor. In each aspect, the product and the personnel. The needs of the users are at the highest level. Secondly, the process of serving the restaurant's price channel. Marketing promotion And physical environment The demand from the service users was at a very high level.

Keywords : User behavior, Factors affecting access to the service, Business onsen



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa & Onsen Thonglor

ศรัณญา ยอดสิน

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa & Onsen Thonglor เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa & Onsen Thonglor จำนวน 400 คน โดยใช้การแจกแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล วิธีการทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa & Onsen Thonglor ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุอยู่ในช่วงต่ำกว่า 30 ปี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 – 25,000 บาท เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนมากที่สุด ระยะเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 1 ชั่วโมง 30 นาที และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุดคือ 1-3 ครั้งต่อเดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 500-1,000 บาท สปาที่เลือกใช้มากที่สุดคือ นวดแผนไทย และออนเซ็นที่ถูกเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ Silk Bath โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้าน Let's Relax Spa & Onsen Thonglor เมื่อพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้าน Let's Relax Spa & Onsen Thonglor ในภาพรวมแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร มีความต้องการของผู้มาใช้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุด และรองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการของร้าน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความต้องการจากผู้มาใช้บริการอยู่ในระดับมากรองลงมา

คำสำคัญ : พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ, ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการ, ธุรกิจออนเซ็น



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

ในปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพของตนเองอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ธุรกิจและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจึงได้รับความสนใจอย่างมา ทำให้เกิดความต้องการสถานบริการเพื่อการดูแลสุขภาพสุขภาพและผ่อนคลายความเครียด การทำสปาและการแช่ออนเซ็นเพื่อให้ร่างกายได้ผ่อนคลายความตึงเครียด ก็เป็นวิธีหนึ่งที่หลายคนเลือกใช้แทนการรักษาโรคด้วยยาโรค ส่งผลให้ธุรกิจสปาและออนเซ็นเป็นหนึ่งในบริการด้านสุขภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี มีการขยายตัว และเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

Onsenเกิดขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่นที่มีภูเขาไฟมากมายที่ยังคอยู่หลายลูก แม้แต่ภูเขาที่มีชื่อเสียงอย่างภูเขาไฟฟูจิก็ยังคงอยู่จนกระทั่งยุคกลาง ด้วยเหตุนี้ จึงมีบ่อน้ำพุร้อน (onsen) อยู่ทั่วทุกแห่งของประเทศ ชาวญี่ปุ่นซึ่งชอบการอาบน้ำพุร้อนมาตั้งแต่สมัยโบราณ จนกลายเป็นวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นเรื่อยมา หลายแห่งเป็นน้ำพุร้อนบริสุทธิ์ บางพื้นที่เมื่อแก่นโลกเย็นตัวลงจะปล่อยแก๊สและไอน้ำออกมาจนกระทั่งกลายเป็นน้ำพุร้อนกฎหมายว่าด้วยเรื่องสถานพักผ่อนน้ำพุร้อนบัญญัติขึ้นในปีโชวะที่ 23 ระบุไว้ว่าอุณหภูมิของน้ำจะต้องสูงกว่า 25 องศาเซลเซียส น้ำพุร้อนจะต้องมีแร่ธาตุผสมอยู่เป็นจำนวน 1 กก.สถานที่อาบน้ำพุร้อนมีหลายประเภท ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของแร่ธาตุในน้ำ ซึ่งมีคุณสมบัติในการรักษาต่างกัน รวมถึงสีและกลิ่นด้วย ส่วนมากน้ำพุร้อนจะมีธาตุกำมะถัน บ่อน้ำพุร้อนมีทั้งในร่มและกลางแจ้ง เล็กใหญ่ต่างกันไป มีทั้งแบ่งชายหญิงและบ่อรวม

สปา (spa) หมายถึง แหล่งพักผ่อนเพื่อคลายความเหนื่อยล้า ร่างกายได้รับการปรนนิบัติด้วยการนวดผ่อนคลาย หรือจะนวดเพื่อความงาม พร้อมคำแนะนำในการออกกำลังกายและการรับประทานอาหารให้ถูกสุขลักษณะธุรกิจสปาเริ่มเข้ามาในประเทศไทยเมื่อประมาณปี 2536-2537 โดยเริ่มเปิดตัวตามโรงแรมหรูชั้นนำเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่นำมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติให้เข้ามาพักในโรงแรม โดยมีโรงแรมโอเรียลเต็ล เป็นผู้บุกเบิกนำศาสตร์บำบัดด้วยวาริ หรือสปาเข้ามาผสมผสานกับภูมิปัญญาไทยก็ได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีผู้ใช้บริการปีละ 3.3 ล้านคน จนถึงปัจจุบันสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไม่ต่ำกว่าปีละ 5,000 ล้านบาท และยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงสาธารณสุข, 2550)

Let's Relax Spa ก่อตั้งเมื่อปี 1998 ที่จังหวัดเชียงใหม่ มอบบริการสปาที่ยอดเยี่ยมนับจนถึงปัจจุบันด้วยความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการจึงเกิดการบอกเล่าแบบปากต่อปากอย่างต่อเนื่อง ถึงการให้บริการที่ยอดเยี่ยมของเทอราพิสผู้เชี่ยวชาญของ Let's Relax Spa จึงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความพึงพอใจสูงสุดไม่รู้จบ จุดเริ่มต้นของ Let's Relax Spa เริ่มที่สาขาเชียงใหม่ ไนท์บาซาร์ โดยเริ่มจากให้บริการนวดกดจุดฝ่าเท้าและนวดไทย เมื่อได้รับความนิยม จึงขยายสาขาไปยังเมืองท่องเที่ยวต่างๆเช่น พัทยา ภูเก็ต หัวหิน เกาะสมุย และกระบี่ ในปี 2001 หลังจากประสบความสำเร็จอย่างงดงามในการเปิดสาขาในจังหวัดต่างๆ Let's Relax Spa จึงเริ่มเปิดให้บริการในกรุงเทพฯ บนถนนรัชดาภิเษก ด้วยเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย และเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น Let's Relax Spa จึงขยายสาขาใหม่อย่างต่อเนื่องปัจจุบัน มีมากกว่า 12 สาขาในกรุงเทพฯ และในปี 2016 สาขาที่เปิดในกรุงเทพฯ ย่านทองหล่อ ได้เปิดเป็นออนเซ็นและสปาแห่งแรกของ Let's Relax Spaได้นำออนเซ็นแบบต้นตำรับจากญี่ปุ่น เปิดให้บริการที่ Let's Relax Spa&Onsen Thonglor สาขาทองหล่อ โดยวางระบบ ควบคุมคุณภาพ ใช้น้ำแร่ริมพอร์ตพร้อมการบริการตามมาตรฐานญี่ปุ่น



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ของผู้ที่มาใช้บริการ และแนวทางการพัฒนาธุรกิจร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ประกอบด้วยการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจของร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาร้าน Let's Relax Spa &Onsen Thonglor และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มคนที่มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Non Population) โดยใช้สูตรคำนวณของ(W.G. Cochran)ได้ขนาดตัวอย่าง 385 คน โดยสอบถามจากบุคคลทั่วไปที่เป็นกลุ่มคนที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันการสูญเสียของแบบสอบถามเนื่องจากอาจมีคุณสมบัติของแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์จึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มอีกประมาณ 4% ทำให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ซึ่งตัวอย่างที่จะนำมาศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะดำเนินการอ้างอิงไปยังประชากรเป้าหมายทั้งหมด ซึ่งจะเลือกเฉพาะกลุ่มคนที่มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor โดยทำการสุ่มเก็บตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามผู้มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีคำถามชนิดเลือกตอบ (คำถามปลายปิด) และคำถามปลายเปิดซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาตำรา เอกสารบทความทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์เป็นลักษณะข้อคำถามในแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนรวมทั้งสิ้น 18 ข้อในแต่ละตอนมีรายละเอียดดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่เพศอายุอาชีพรายได้ต่อเดือนซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็น คำถามปลายปิด (Close – Ended) แบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกคำตอบข้อที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด จำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax spa&onsen ได้แก่ พาหนะในการเดินทางมาใช้บริการ ระยะเวลาในใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สปาที่เลือกใช้บริการ บ่อออนเซ็นที่เลือกใช้บริการซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด (Close – Ended) แบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกคำตอบข้อที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดมีจำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อ โดยวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการร้าน Let's Relax spa&onsen Thonglor ซึ่งมีตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้าน Let's Relax spa &onsen Thonglor คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็น คำถามปลายปิด (Close – Ended) แบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกคำตอบข้อที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด มีจำนวนคำถามทั้งหมด 7 ข้อโดยผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความพึงพอใจตามกำหนดไว้ 5 ระดับ ดังนี้ 5 คือ มากที่สุด ,4 คือ มาก ,3 คือ ปานกลาง ,2 คือ น้อย และ 1 คือ น้อยที่สุด และตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะอื่นๆ

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research) โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจของผู้ใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการใช้แบบสอบถามการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ได้มาทำการวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้เครื่องคำนวณทางคณิตศาสตร์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1.ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่ และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor

2.ค่าเฉลี่ย (Sample mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor

3.ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) เพื่อใช้อธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor

4.การทดสอบสมมติฐานด้วย (t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงที่มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด

5.การทดสอบสมมติฐานด้วย (One-Way ANOVA : F-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างระดับการตัดสินใจของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ที่มี 3 กลุ่มขึ้นไปและพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ข้อมูลได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor และตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor

สรุปและอภิปรายผล

ข้อมูลของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วงต่ำกว่า 30 ปี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ 15,000-20,000 บาท

ข้อมูลพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor พบว่าผู้ใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor โดยส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนมากที่สุด ระยะเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 1 ชั่วโมง 30 นาที และจำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุดคือ 1-3 ครั้งต่อ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เดือน โดยมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 500-1,000 บาท สปาที่เลือกใช้มากที่สุดคือ นวดแผนไทย และออนเซ็นที่ถูกเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ Silk Bath

ข้อมูลปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร มีความต้องการของผู้มาใช้บริการอยู่ในระดับที่มากที่สุด และรองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการของร้าน ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความต้องการจากผู้มาใช้บริการอยู่ในระดับมากรองลงมา

ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน

เพศที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกันผู้มาใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน แต่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกัน

อายุที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกันผู้มาใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ที่มีอายุที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากรที่ให้บริการด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

อาชีพที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกันผู้มาใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรที่ให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่แตกต่างกัน แต่ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกัน

รายได้ที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกันผู้มาใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ที่มีรายได้ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านบุคลากรที่ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน แต่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน

พฤติกรรมของผู้มาใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน

พาหนะในการเดินทางมาใช้บริการที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกันผลการทดสอบ พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor มีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน แต่ด้านราคา ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

ระยะเวลาใช้บริการต่อครั้งที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor มีระดับการตัดสินใจ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor มีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน แต่ด้านส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกัน

ค่าใช้จ่ายที่ให้บริการต่อครั้งที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor มีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกัน แต่ด้านราคา ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

สปาที่เลือกใช้บริการที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบ พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor มีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา แตกต่างกัน แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

ออนเซ็นที่เลือกใช้บริการที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor มีระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

การอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ผลจากการศึกษาข้อมูลส่วนตัว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุอยู่ในช่วงต่ำกว่า 30 ปี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 – 25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ ผกาพันธ์ อรพินท์เงิน (2555)จากผลงานการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือเพศหญิงมีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี โดยมีอาชีพพนักงานบริษัท อาชีพอื่น และนักศึกษา

พฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ผลจากการศึกษาข้อมูล พบว่า พาหนะที่เดินทางมายังสถานบริการ คือ รถยนต์ส่วนตัว ระยะเวลาในการใช้บริการ คือ 1 ชั่วโมง 30 นาที จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ คือ 1-3 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งที่เดินทางเข้ามาใช้บริการ คือ น้อยกว่า 500 บาท สปาที่เลือกใช้มากที่สุด คือ นวดแผนไทย บ่อออนเซ็นที่เลือกใช้มากที่สุด คือ Silk Bath จากการทดสอบผลการทดสอบพบว่า



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของผู้มาใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor และพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ พาหนะ ระยะเวลา จำนวนครั้ง ค่าใช้จ่าย สปาที่ใช้บริการ และออนเซ็นที่ใช้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor บางด้าน เพราะผู้ที่มาใช้บริการมีความต้องการที่คล้ายๆกัน ทำให้มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor ที่คล้ายกันซึ่งสอดคล้องกับ อรวรรณ สระทองมา (2557) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงามของชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า มีผู้เลือกใช้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับที่มารองลงมา

ข้อเสนอแนะ

- 1.ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพโดยละเอียด เพื่อคาดคะเนตามความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการในอนาคต
- 2.ควรศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการว่ามีความต้องการหรือความคาดหวังในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมากแค่ไหน
- 3.ควรศึกษาถึงพฤติกรรมอื่น ๆ เช่น พฤติกรรมด้านการจัดการพนักงานในร้าน Let's Relax Spa&Onsen Thonglor เป็นต้นซึ่งผู้วิจัยไม่ได้ทำการศึกษา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมด้านอื่นๆที่สำคัญมาทำการศึกษาในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ผกาพันธ์ อรพินท์เงิน. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.”
เข้าถึงได้จาก :
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/964/131895.pdf> ปี
2555. 19/02/2561
- อรวรรณ สระทองมา “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาความงามของชาวไทยในเขต
กรุงเทพมหานคร” เข้าถึงได้จาก :
[file:///C:/Users/User/Downloads/Fulltext%231_218878%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Fulltext%231_218878%20(2).pdf) ปี2557 16/03/2561
- Phakaphan Orapinngearn. “Factors influencing Thai massage decision of foreign tourists.”
AccessibleFrom:
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitream/handle/123456789/964/131895.pdf> (2012).
19/02/2018
- Orawan Srathongma. “Marketing Factors Influencing the Customers Behavior in the Service of
Beauty Spa in Bangkok Area” AccessibleFrom :
[file:///C:/Users/User/Downloads/Fulltext%231_218878%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Fulltext%231_218878%20(2).pdf) (2014) 16/03/2561