

หัวข้อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปาของผู้หญิงวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นางสาววลัยพร เตชะวณิช
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2553

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมในการใช้บริการสปา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปาของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ใช้การสำรวจประชากร คือ ผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 25-60 ปี กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เลือกตัวอย่างโดยวิธีคำนวณขนาดของตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถาม การวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวน และค่าไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงอายุ 25-33 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการสปา พบว่า วิธีในการดูแลสุขภาพในปัจจุบันของผู้ใช้บริการคือ รับประทานอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่ ผู้ใช้บริการมีความเข้าใจในลักษณะรูปแบบการให้บริการของสปาประเภทเมดิคอลสปา การใช้บริการส่วนใหญ่ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ช่วงเวลา 15.00-18.00 น. และมักมาเพียงลำพัง เหตุที่เลือกใช้บริการเพราะมีความน่าเชื่อถือ โดยมีจุดประสงค์ที่มาใช้บริการเพื่อเสริมความงาม ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปา ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่ม

ตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดและมาตรฐานของอุปกรณ์เครื่องใช้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของงานบริการ ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ เรื่อง ราคาเหมาะสมกับการบริการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับ สถานที่หาพบได้ง่าย ที่จอดรถสะดวกสบาย ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดพิเศษแบบต่างๆ ด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในทรัพย์สิน และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผ่านการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา (อย.) โดยในภาพรวมผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเมดิคอลสปามากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด