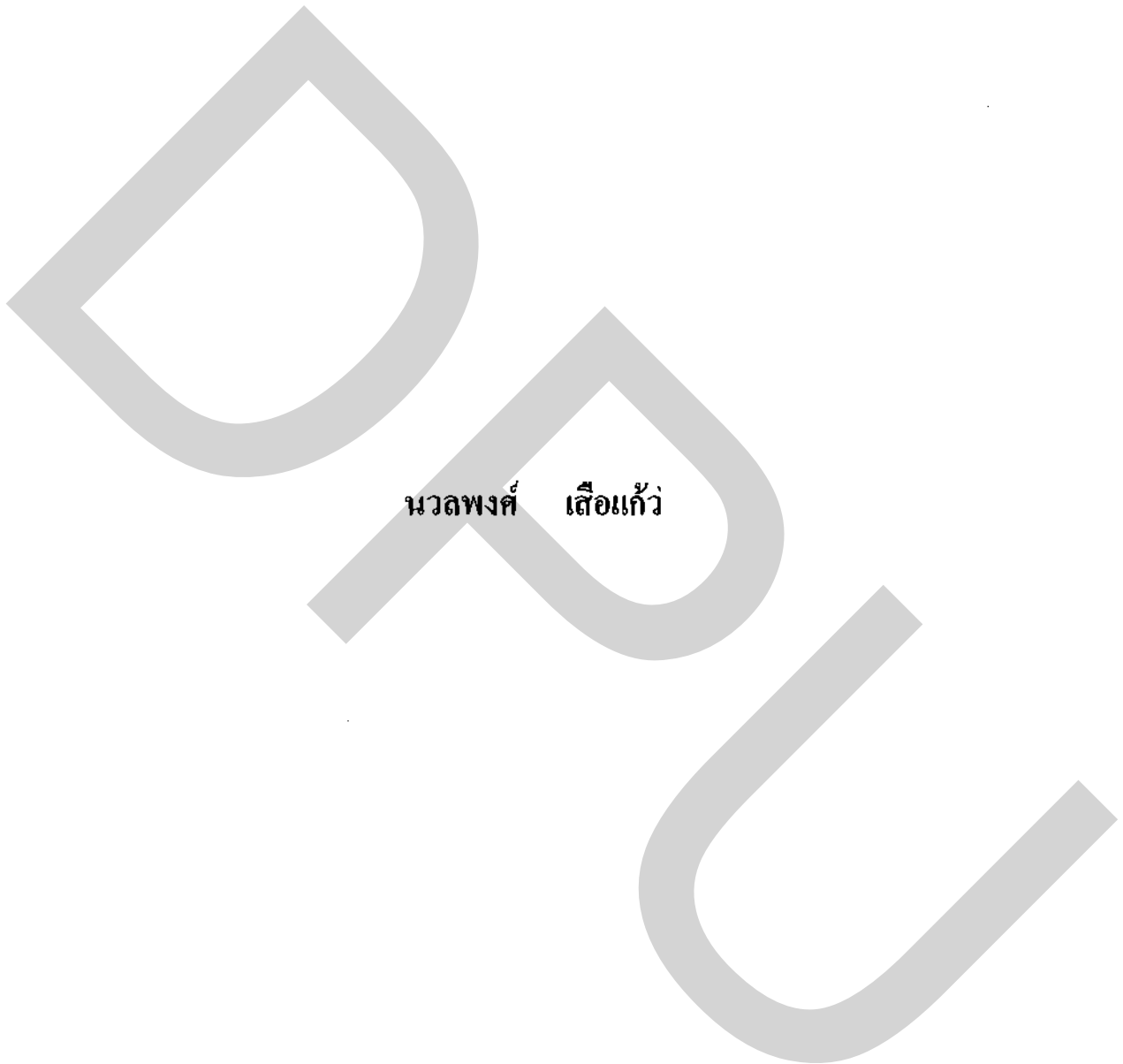




การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
ในเขตกรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2551

**Management of Spa Business for health toward its standard
in Bangkok.**

Nualpong Suakaow

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
Department of Business Administration
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

2008

เลขทะเบียน.....	0203739.....
วันลงทะเบียน.....	1 ส.ย. 2552.....
เลขเรียกหนังสือ.....	กย 338.2701 463317 [8551]



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

เสนอโดย นवलพงศ์ เสือแก้ว

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ (การจัดการ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สุนันท์ สลโกสุม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(รศ.วิรัช สงวนวงศ์วาน)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผศ.ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผศ.ดร.สุนันท์ สลโกสุม)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.เขวาลักษณ์ ราชแพทยาคม)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผศ. ดร. สมศักดิ์ คำริชอบ)

วันที่ 31 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2557

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ด้วยความเมตตากรุณาจากท่านอาจารย์ทุกท่าน ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ ศลโกสม ซึ่งได้สละเวลา ได้ให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ พร้อมทั้งแนะนำข้อแก้ไขในส่วนบกพร่องต่างๆ ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของคณาจารย์ทุกท่านในการสอบวิทยานิพนธ์ ได้แก่ รองศาสตราจารย์วิรัช สงวนวงษ์วาน ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.เยาวลักษณ์ ราชแพทยาคม กรรมการ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกๆ ท่านที่ให้คำแนะนำต่างๆ ที่มีประโยชน์แก่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ทั้งนี้เพื่อความสมบูรณ์และมีคุณค่าแก่งานวิจัย

ขอขอบคุณอย่างยิ่งในความร่วมมือ ของผู้ประกอบการสปา ผู้ให้บริการสปาและ ทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งได้สละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยขอขอบคุณยิ่ง รวมทั้งขอขอบคุณทุกๆ ท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานด้านต่างๆ ทุกด้านให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี นอกจากนี้ ขอขอบคุณ คุณปริยา จินาโต และ เจ้าหน้าที่ของ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกๆ ท่านที่ช่วยเหลือด้านการประสานงานและดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงสุด คือ บิดา มารดา และครอบครัว ผู้มีพระคุณยิ่ง ในการให้การสนับสนุนด้านการศึกษาและเป็นกำลังใจตลอดมา ทำให้สามารถศึกษาและทำวิจัยได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

นวลพงศ์ เสือแก้ว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๑๑
สารบัญภาพ.....	๑๒
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ.....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข.....	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานสปาเพื่อสุขภาพ.....	44
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	50
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	54
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	55
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
3.4 การรวบรวมข้อมูล.....	58
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการศึกษา.....	61
4.1 การศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครระหว่าง เคย์สปา(DAY SPA) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA).....	62
4.1.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ	62
4.1.2 การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ.....	63
4.1.3 คุณภาพของการบริการลูกค้า.....	72
4.2 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA).....	94
4.2.1 คุณลักษณะของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ.....	94
4.2.2 การใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....	98
4.2.3 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ.....	103
5. สรุปผลการศึกษา.....	133
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	134
5.2 อภิปรายผล.....	146
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	156
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	157
บรรณานุกรม.....	158
ภาคผนวก.....	161
ประวัติผู้เขียน.....	189

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตาม เคย์สปา (DAY SPA)และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)	62
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมาตรฐาน สถานที่ของสถานประกอบการตามรูปแบบการตกแต่ง บรรยากาศภายในสปา ท่าเลที่ตั้ง	63
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมาตรฐาน ผู้ดำเนินกิจการสปาด้านการแบ่งฝ่ายการทำงาน แหล่งเงินทุน วิธีการตั้งราคาการบริการ ความถี่ในการฝึกอบรมและ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้	64
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมาตรฐาน ผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพด้านจำนวนพนักงาน	67
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมาตรฐาน การบริการกิจการสปา รูปแบบการให้บริการในสปา การสร้าง บรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย การเปิดเพลงหรือดนตรี มีการขยายสาขา ไม่มีการขยายสาขา	68
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมาตรฐาน ความปลอดภัยกิจการสปา ด้านขั้นตอนการทำความสะดวก ของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย	71
4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณภาพของ การบริการลูกค้ามาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้ บริการในเคย์สปา สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมภาพรวมและรายด้าน	72
4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ต่อคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการ สปาด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า	76
4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม	78
4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	80
4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ให้เกียรติ และมีมารยาทดี	82
4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านสื่อความกับลูกค้า ได้กระจ่าง เข้าใจ หอมค็อสงสัย	84
4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิตของผู้ให้บริการ	86
4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ	88
4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ให้บริการสปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ.....	92
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการสปาที่เลือกใช้	94
4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุ ที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	95
4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ ในการใช้บริการสปา.....	96
4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย ต่อครั้ง	97
4.22 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการให้ ความสำคัญของผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพด้านต่างๆ	98
4.23 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการให้ ความสำคัญของผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ.....	99
4.24 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ให้บริการสปา ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ.....	103
4.25 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเห็นต่อ คุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ให้บริการสปา ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า.....	105
4.26 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ให้บริการสปา ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม.....	107
4.27 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ให้บริการสปา ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก.....	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี.....	111
4.29 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย.....	113
4.30 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ.....	115
4.31 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ.....	117
4.32 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน.....	119
4.33 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพ การบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ.....	121
4.34 การเปรียบเทียบความคิดเห็นคุณภาพการบริการ ของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการ ในเขต กรุงเทพมหานคร ของผู้ใช้บริการระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ภาพรวมและรายด้าน.....	123

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.35 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความเชื่อถือได้ ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ.....	124
4.36 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า.....	125
4.37 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความสามารถ ในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องและเหมาะสม.....	126
4.38 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านการเข้าถึง บริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก.....	127
4.39 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านการบริการ ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ให้เกียรติ และมารยาทดี.....	127
4.40 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านสื่อความ กับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หอมคล้องสังสัย.....	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.41 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ.....	129
4.42 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่นขณะใช้บริการ.....	130
4.43 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเข้าอก เข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน.....	131
4.44 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านส่วนที่ สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ.....	132

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โครงสร้างการจัดองค์กรในธุรกิจสปาโดยทั่วไป.....	21
3.1 กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	55

ชื่อวิทยานิพนธ์	การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	นवलพงศ์ เสือแก้ว
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.อติลดา พงศ์ยี่หล้า
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผศ.ดร.สุนันท์ สลโกสุม
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา (DAY.SPA) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ และผู้ใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ประเภทเคย์สปา (DAY SPA) และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ที่ผ่านมาตรฐานตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขที่มีรายชื่อได้รับการรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุขประจำปี 2550 เจ้าของกิจการ จำนวน 30 คน ผู้ใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ จำนวน 200 คน และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) จำนวน 75 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการสปาและแบบสอบถามผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภทเคย์สปา (DAY SPA) และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test ผลการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ธุรกิจสปาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านมาตรฐานสถานที่ เคย์สปาและสปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม มีรูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปาแบบไทย มากที่สุด โดย มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี ด้านมาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปา/ผู้จัดการสปา (Spa Manager) พบว่า เคย์สปา มี 16 แห่งที่ผู้ดำเนินการสปา/ผู้จัดการสปา (Spa Manager) กำหนดราคาเองโดยตั้งราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 6 แห่งที่ตั้งราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา และอีก 4 แห่งที่ตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น มี 26 แห่ง ที่ผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ทำสื่อประชาสัมพันธ์เอง มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ

และใบปลิว รองลงมาคือ ใช้อีเมล (22 แห่ง) Web site (19 แห่ง) และลงโฆษณาผ่านนิตยสาร (4 แห่ง) ตามลำดับ มีการฝึกอบรมพนักงานนวดและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทุกเดือน (26 แห่ง) รองลงมาคือ 3- 6 เดือนครั้ง (14 แห่ง) มากกว่า 6 เดือนครั้ง (5 แห่ง) และทุก 2-3 เดือนครั้ง (2 แห่ง) ส่วน สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มี 3 แห่งที่คิดค่าบริการจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 1 แห่งที่คิดค่าบริการจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา แต่ไม่มีการตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้ง 4 แห่ง มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ และ Web site รองลงมาคือ ใช้ใบปลิว (3 แห่ง) อีเมล (2 แห่ง) และลงโฆษณาผ่านนิตยสาร (2 แห่ง) ตามลำดับ ด้านมาตรฐานผู้ให้บริการ พบว่า เคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ส่วนใหญ่มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข ด้านมาตรฐานการบริการกิจการสปา พบว่า เคย์สปา ส่วนใหญ่จะยังไม่มีการขยายสาขา แต่ก็มีถึง 4 แห่ง ที่จะมีการขยายสาขา โดยทั้ง 26 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี ส่วนสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า มี 3 แห่งใน 4 แห่ง ที่จะมีการขยายสาขา ส่วนอีก 1 แห่งจะยังไม่มีการขยายสาขา โดยทั้ง 4 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี เช่นเดียวกับเคย์สปา ด้านมาตรฐานความปลอดภัย พบว่า เคย์สปาและสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย

ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) เป็นการเปรียบเทียบโดยรวมจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ จำนวน 275 คน คุณภาพบริการของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ดีกว่า เคย์สปา (DAY SPA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม (COMPETENCE) ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่ายไม่ยุ่งยาก (ACCESS) ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (CUSTOMER UNDERSTANDING) ของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมดีกว่าเคย์สปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

Thesis Title	Management of Spa Business for health toward its standard in Bangkok.
Author	Nualpong Suakaow
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Adilla Pongyeela
Co-Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Sunun Solkosum
Department	Business Administration
Academic Year	2007

Abstract

The research on "Management of Spa Business For Health Toward Its Standard in Bangkok" aims to study the management according to the standard of the health spa business in Bangkok, and to compare the service quality of the health spa businesses, between day spa and hotel & resort spa, in Bangkok. The data was collected from the samples who were business owners and customers of both day spa and hotel & resort spa which passed the standards in the notifications of the Ministry of Public Health and certified by the Ministry of Public Health in the year 2007. The samples were classified into 30 business owners, 200 customers of health spa and 75 customers of hotel & resort spa. The data collection tools were the interview for spa business owners and the questionnaire for customers of day spa and hotel & resort spa in Bangkok. The data was analyzed by percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested by t-test.

With regard to the results of the management of spa business toward standard for health in Bangkok, it was found that, in term of the location standard, the most favorite decoration style of both day spa and hotel & resort spa businesses was Thai style with aroma, and music for creating desired atmosphere. In term of the spa manager, it was found that spa managers of 16 day spa shops set prices from costs plus required profits; 6 shops set prices from customer satisfaction or their images; and other 4 shops set prices by comparing with competitors. There were 26 shops which spa managers prepared the advertising themselves. The most favorite advertising channels were leaflet and brochure following by boards (22 shops), website (19 shops) and advertisement on magazine (4 shops), respectively. The staffs were trained and provided knowledge every month (26 shops) following by 3-6 months/ time (14 shops), more

than 6 month/ time (5 shops), and 2-3 months (2 shops). For hotel & resort spa , there were 3 shops which set prices from costs plus required profits while only 1 shop set prices from customer satisfaction and no shops set prices by comparing with competitors. It was found that 4 samples made advertising via brochure and website following by leaflet (3 shops), board (2 shops) and advertisement on magazine (2 shops), respectively. The training and knowledge providing were every 2-3 months. In term of the service provider Standard, it was found that therapists and spa managers of most day spa and hotel & resort spa registered with the Ministry of Public Health. In term of the standard of the spa business, it was found that most of the day spa had no plan to expand branches. However, 4 shops had plans to expand branches. All 26 shops used aroma, song and music for creating desired atmosphere. For the hotel & resort spa shops, it was found that 3 of 4 shops planed to expand branches while 1 shop had no plan. All 4 shops used aroma, song and music for creating desired atmosphere as same as the day spa shops. In term of the safety standard, it was found that both day spa and hotel & resort spa had processes for cleaning equipment, and maintaining products, and kept products in safety and clean places.

The comparison between the service quality of the health spa businesses, between the day spa and hotel & resort spa businesses, in Bangkok was the overall comparison of opinions of 275 customers. The service quality of the hotel & resort spa was better than that of the day spa shops at the significant level of 0.05. The competence, the accessibility, the customer understanding of the hotel & resort spa was better than that of the day spa shops at the significant level of 0.05. Other aspects had no significant difference.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจบริการสุขภาพ นับเป็นหนึ่งในหลายธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคบริการและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วธุรกิจการให้บริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ ประเทศไทยจัดเป็นประเทศมีศักยภาพด้านการแพทย์ที่เป็นที่รู้จักของภูมิภาคแถบนี้ ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของบุคลากรและคุณภาพการให้บริการในระดับมาตรฐานสากล โดยมีชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการรักษาในประเทศอย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการสูงที่สุดในภูมิภาคนี้ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้นับหมื่นล้านบาทในแต่ละปี กระทรวงสาธารณสุขได้จัดทำแผนการพัฒนาศาสนาไทยสู่สากล ยกระดับคุณภาพมาตรฐานสู่สากล นำมาสู่การสร้างรายได้ของธุรกิจบริการสปาไทย เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอีกประมาณ 3,600 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2550 รัฐบาลจึงได้ประกาศนโยบายที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์แห่งภูมิภาคเอเชีย (MEDICAL HUB OF ASIA) เพื่อสร้างความเป็นเลิศของธุรกิจบริการและเป็นแหล่งที่มาของรายได้เงินตราต่างประเทศจากประเทศที่เป็นตลาดหลัก (คู่มือผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ โดยกระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับสมาคมสปาไทย สมาคมสปาภูเก็ต สมาคมสปาสมุทร สมาคมสปาเชียงใหม่, ออนไลน์ : [HTTP://WWW.TKC.GO](http://www.tkc.go))

ลักษณะของธุรกิจเคย์สปา (DAY SPA) และสปาที่ให้บริการในรีสอร์ทหรือโรงแรม (RESORT / HOTEL SPA) เป็นสปาซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวแบ่งตามลักษณะธุรกิจตามกระทรวงสาธารณสุขได้จำแนกประเภทของสปาตามลักษณะธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. สปาแบบตะวันตก เป็นสปาที่ต้องใช้อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย มีราคาสูงจากต่างประเทศ ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้วิธีการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือต่างๆ ให้ถูกต้อง ทั้งยังต้องสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการได้เป็นอย่างดี

2. ไทยสปา เป็นสปาที่ผสมผสานระหว่างสปาแบบตะวันตกและสปาแบบตะวันออกเข้าด้วยกัน โดยนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสปาในรูปแบบนี้อาจจะเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าสปาแบบประยุกต์

3. ไทยสปาบายะ เป็นสปาแบบไทยที่เชื่อมโยงบริการเข้ากับภูมิปัญญาชุมชน โดยอาจจัดสถานบริการให้มีบรรยากาศเหมือนอยู่ในบ้าน หรือสวน และนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของไทยมาประยุกต์ให้เข้ากับบรรยากาศดังกล่าว สปาในรูปแบบนี้อาจเรียกในอีกชื่อหนึ่งว่า ไทยสบาย

สปาเป็นหนึ่งในทางเลือกของคนที่รักและห่วงใยสุขภาพของตนเอง วิธีทางของสปาเป็นการใช้ธรรมชาติบำบัดเพื่อปรับสมดุลให้ร่างกาย และผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งเป็นวิธีที่หลายคนเลือกใช้แทนการบำบัดด้วยยารักษาโรค เหตุนี้ทำให้ธุรกิจบริการด้านสุขภาพอย่าง "สปา" มีแนวโน้มของการเติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นธุรกิจที่นักลงทุนให้ความสนใจ เพราะกระแสความนิยมสปาส่งผลให้จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ใช้บริการสปามีอยู่ทุกหนแห่งทั่วโลก โดยไม่จำกัดเพศ วัย ฐานะ เพราะใครๆ ต่างก็รักและห่วงใยสุขภาพของตนเองทุกคนต่างก็ปรารถนาที่จะมีสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจที่แข็งแรงสมบูรณ์กันทั้งนั้น ธุรกิจสปาที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงได้รับความสนใจทั้งจากผู้ให้บริการและนักลงทุน สปานอกจากจะเป็นกิจกรรมบำบัดสุขภาพด้วยน้ำแล้ว ยังประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านโภชนาการ การออกกำลังกาย การเสริมความงาม โดยเป้าหมายของกิจกรรมเหล่านี้ คือการมุ่งตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ

ตลาดธุรกิจสปาในประเทศไทย นอกจากจะมีผู้ประกอบการไทยที่ให้ความสนใจเข้ามาลงทุนแล้ว ยังมีสปาต่างชาติรุกเข้ามามีบทบาททางการตลาดมากขึ้นนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา ส่วนใหญ่สปาต่างชาติจะมุ่งเจาะตลาดกลุ่มผู้ใช้บริการชาวต่างชาติในสถานที่พักแรมและสถานพยาบาลชั้นนำเป็นหลัก สปาของต่างชาติเป็นที่รู้จักในตลาดโลกมานานแล้วและมีความเป็นสากลมากกว่า ขณะที่สปาไทยเพิ่งเข้าสู่ตลาดเพียงไม่กี่ปีและอยู่ในระหว่างการพัฒนาเพื่อให้มีมาตรฐานทัดเทียมกับต่างประเทศ อีกทั้งการดำเนินธุรกิจสปาในประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรที่เป็นพนักงานบริการ (THERAPIST) และบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการ รวมถึงอุปกรณ์และเครื่องที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ จึงเป็นโอกาสของสปาต่างชาติที่มีพัฒนาการสูงกว่าเข้ามาแย่งตลาด ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มธุรกิจ โรงแรมและ โรงพยาบาลที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติจึงมักลงทุนร่วมกับสปาต่างชาติ เพื่อสร้างความได้เปรียบทั้งในด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี ระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานสากล การสร้างเครือข่ายตลาดลูกค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสปาต่างชาติ เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันในธุรกิจหลักนอกเหนือจากธุรกิจสปา ธุรกิจสปาที่เปิดให้บริการเป็นจำนวนมากในประเทศไทยแต่ละแห่งจะมีการดำเนินงานที่แตกต่างกันทั้งในด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง การบริการที่อาจเป็นแบบตะวันตกล้วนหรือแบบผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาตะวันออกและภูมิปัญญาตะวันตก

หรือแบบสปาไทยที่นำบริการแพทย์แผนไทยโบราณมาสร้างเป็นจุดเด่นก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย

ปัจจุบันธุรกิจสปาในประเทศไทยเกิดขึ้นตามกระแสนิยม มีสปาเปิดใหม่เป็นจำนวนมาก บางแห่งไม่ได้รับมาตรฐานและบางแห่งก็ได้รับมาตรฐาน การที่สปาไม่ได้มาตรฐานเป็นผลให้หลายคนมองภาพธุรกิจสปาในเชิงลบ ปัญหาที่เกิดขึ้นและมีส่วนทำลายภาพลักษณ์ของธุรกิจสปาไทยอย่างมาก ยิ่งธุรกิจสปาไทยบูมมากเท่าไร สปาเถื่อนก็เกิดขึ้นมาเพิ่มอย่างมาก ปัญหาสำคัญของธุรกิจสปาในปัจจุบันคือ มีสปาที่ไม่ได้มาตรฐานเกิดขึ้นจำนวนมาก รวมทั้งยังมีบางส่วนที่ใช้ธุรกิจสปาบังหน้าในการแอบแฝงทำธุรกิจด้านอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจสปาเสียหาย ซึ่งจุดนี้ยังขาดการแก้ไขและตรวจจับจากตำรวจอย่างจริงจัง ดังนั้น การศึกษาหาข้อมูลการจัดระเบียบมาตรฐานสปาไทยเพื่อยกระดับมาตรฐานสปาและพัฒนาให้สปาไทยมีมาตรฐานระดับโลก

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดย์สปา (DAY SPA) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

1.3 สมมติฐานการวิจัย

- 1.3.1 การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับดี
- 1.3.2 การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครของเดย์สปาสูงกว่าสปาในโรงแรม

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ประชากรเป็นเจ้าของกิจการและผู้ให้บริการสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ประเภทเคย์สปาและสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมที่ผ่านมาตรฐานตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข ที่มีรายชื่อได้รับการรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุขประจำปี 2550 จำนวน 114 แห่ง
- กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของกิจการประจำปี 2550 จำนวน 30 แห่ง จาก 114 แห่ง จากการสุ่มอย่างง่าย เป็นผู้ให้บริการเคย์สปา (DAY SPA) จำนวน 200 คน และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) จำนวน 75 คน

1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1.4.2.1 การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปา

1.4.2.1.1 ผู้ประกอบการ

- เคย์สปา (DAY SPA)
- รีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

1.4.2.1.2 ผู้ให้บริการ

- เคย์สปา (DAY SPA)
- รีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

- 1.5.1 เป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจสปาของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.5.2 เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อประกอบการธุรกิจสปาในเขตกรุงเทพมหานคร
- 1.5.3 นำผลจากการศึกษาเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปา สามารถนำไปประยุกต์ใช้ปรับปรุง และพัฒนาการจัดการได้ เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ตามความเหมาะสมกับขนาด และสภาพของกิจการ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.6.1 ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง ธุรกิจเสริมสุขภาพที่มีการผ่อนคลายความเครียด โดยการใช้น้ำวนและการนวดในการบำบัดควบคู่กับการใช้อุปกรณ์อื่นๆ เช่น น้ำมันหอมระเหย เป็นกระบวนการในการดำเนินงานตามแนวคิดเรื่องการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
- 1.6.2 เดย์สปา (DAY SPA) เป็นสปาประเภทที่ไม่มีการเปิดห้องพักให้บริการตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือตามบ้าน ส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เน้นเรื่องของความงามและสุขภาพไปพร้อมๆ กัน จะใช้เวลาเพียงไม่กี่ชั่วโมง กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจ
- 1.6.3 สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) เป็นบริการสปาที่เปิดในโรงแรมและรีสอร์ท เป็นการพักผ่อนด้วยการนวด สปาในส่วนนี้จะขยายตัวได้มาก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว
- 1.6.4 การจัดการตามมาตรฐาน หมายถึง ธุรกิจเสริมสุขภาพที่มีการผ่อนคลายความเครียด โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่หรือจัดหา ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุคิบ และการให้บริการ สิ่งหนึ่งที่จำเป็นสำหรับสปาเมืองไทยก็คือการสร้างมาตรฐานเพื่อความเป็นสากลและเพื่อให้เกิดการยอมรับในคุณภาพและการบริการ คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าระดับความสามารถในการบริการสนองความต้องการของลูกค้าได้ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการ จากการศึกษาของ ศาสตราจารย์ BERRY L. และคณะ ในค.ศ. 1985 สรุปได้ว่าในการตัดสินใจระดับคุณภาพของการบริการลูกค้ามักจะพิจารณา 10 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (RELIABILITY) (2) การสนองตอบความต้องการของลูกค้า (RESPONSIVENESS) (3) ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม (COMPETENCE) (4) การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ACCESS) (5) การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี (COURTESY) (6) สื่อความกับลูกค้าได้กระชับ เข้าใจ หมดข้อสงสัย (COMMUNICATION) (7) ความน่าเชื่อถือหรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (CREDITABILITY) (8) ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (SECURITY) (9) ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (CUSTOMER UNDERSTANDING) (10) ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (TANGIBLES)

- 1.6.5 ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการในสปา (RELIABILITY)** มีการจัดระบบบริหารจัดการสปาที่ดี มีระบบและขั้นตอนการทำงานที่เป็นที่รู้จักและเข้าใจโดยทั่วกันระหว่างทีมงานทุกคนและบุคคลภายนอก ระบบที่เอื้อต่อการทำงานนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของ พนักงาน และลูกค้า แล้วยังช่วยให้การดำเนินงานภายในสปาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากด้วย การจัดการแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน การให้บริการนวดแผนไทยที่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐาน มีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี การตกแต่งสถานบริการสวยงาม หอหฺร่า บรรยากาศน่าเชื่อถือนำให้บริการ อัตราค่าบริการพอสมควรเหมาะสมกับคุณภาพบริการ และการต้อนรับ การให้บริการในแต่ละขั้นตอนตลอดจนการชำระเงิน
- 1.6.6 การสนองตอบความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการในสปา (RESPONSIVENESS)** มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบบุคลากรในสปาให้ชัดเจนว่าจะให้ใครทำอะไร อย่างไร เพื่อตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า จัดให้มีการสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ มีห้องน้ำเพียงพอกับจำนวนผู้ให้บริการ ดูแลเอาใจใส่ผู้มารับบริการ ให้ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ
- 1.6.7 ความสามารถในการให้บริการสปาอย่างรอบรู้ถูกต้องและเหมาะสม (COMPETENCE)** พนักงานควรมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง) พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ การแนะนำบริการเมนูสปา
- 1.6.8 การเข้าถึงบริการสปาได้ง่ายไม่ยุ่งยาก (ACCESS)** ควรเลือกทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปาเดินทางสัญจรไปมาได้สะดวก สถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีบริการนัดหมายล่วงหน้า
- 1.6.9 การให้บริการด้วยความสุภาพ (COURTESY)** อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมีมารยาทดี พนักงานผู้ให้บริการสปา มีความสุภาพและมารยาทดี พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกิดดีลูกค้า พนักงานมีอัธยาศัยดี หุุดจาไฟเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ
- 1.6.10 การสื่อสารกับลูกค้าได้กระอ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย (COMMUNICATION)** การจัดหาพนักงานต้อนรับที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นตัวสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจสปา พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดีพนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ

- 1.6.11 ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิตของผู้ให้บริการ (CREDITABILITY) พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยที่ดีไว้ใจได้ ไม่มีปัญหา เพราะธุรกิจสปาต้องใช้น้ำใช้ไฟอยู่ตลอดเวลา
- 1.6.12 ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและบริการ (SECURITY) ความปลอดภัยต้องอยู่ในแหล่งที่ปลอดภัย ไม่น่ากลัว ช่วงที่คนน้อยก็ไม่เปลี่ยวजनคน ไม่กล้าเดิน ไปคนเดียว ที่จอดรถอยู่ไม่ไกลจากตัวอาคาร ดูความปลอดภัยตลอดในเรื่อง หังดึก ทางหนีไฟ ระบบป้องกันอัคคีภัย หน่วยรักษาความปลอดภัย พื้นที่ในการให้บริการมีแสงสว่างพอเพียง สร้างความปลอดภัยและความอบอุ่นใจขณะที่ลูกค้ารับบริการ เช่น จัดให้มีลิฟท์ยกเก้าอี้บริการสำหรับลูกค้า จัดหาผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไว้บริการลูกค้า เช่น น้ำมันนวด โคลนพอก เจ้าของเป็นผู้มีชื่อเสียงด้านสปาและความงามมานาน สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้
- 1.6.13 ความเข้าใจลูกค้า การเอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (CUSTOMER UNDERSTANDING) เป็นเครื่องมือสำรวจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับ CRM ก็คือ บุคลากรของสปา โดย CRM จะประกอบด้วย การวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจและแบ่งกลุ่มลูกค้า การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การปฏิสัมพันธ์และส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า การรักษาลูกค้าเก่าและแสวงหาลูกค้าใหม่
- 1.6.14 ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (TANGIBLES) ผู้มารับบริการสามารถสัมผัสได้ถึง รูป เอกลักษณ์ของสปา มีการตกแต่งบรรยากาศแบบไทยล้านนาหรือแบบบาหลิ รัส สัมผัสแห่งรมีการจัดเตรียมน้ำสมุนไพรสดไว้บริการ เพื่อเป็นการปรับอุณหภูมิทำให้ร่างกายสดชื่น พร้อมทั้งเชิญลิ้มชิมอาหารแบบสุขภาพตามหลักชาวสปา มุ่งเน้นสร้างความสมดุลให้ชีวิต กลิ่น หอมจูงใจจากกลิ่นน้ำมันหอมระเหยหรืออโรมาเธอราพีจากพฤกษารรรมาชาติและสมุนไพรไทย ซึ่งจะช่วยให้ท่านผ่อนคลายทั้งกายและใจ เสียง มีเสียงเพลงดนตรีไทยบรรเลงขับกล่อมให้ผ่อนคลาย รื่นรมย์ ทำให้จิตใจสงบ สัมผัส การนวด สัมผัสด้วยโปรแกรมการนวดไทยสปา บำบัดให้ท่านผ่อนคลายในทุกส่วนของร่างกาย อันได้แก่ การนวดอโรมาเธอราพี และการพอกโคลน การนวดแบบขัดผิวด้วยสมุนไพรไทย การนวดหน้าแบบไทย การสปาเท้าสปามือด้วยสมุนไพรไทย หรือการนวดแผนโบราณแบบไทย ๆ และการนวดด้วยน้ำหรือจากพืช

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าแนวความคิด ทฤษฎีและเอกสารที่มีเนื้อหาสาระในแนวทางที่เกี่ยวข้องใกล้เคียงกับ งานวิจัย นี้ โดยประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพตามมาตรฐานของ กระทรวงสาธารณสุข
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานสปาเพื่อสุขภาพ
- 2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ

การจัดการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารจะต้องสร้างระบบการจัดการ ที่ดีเพื่อให้ได้มาตรฐาน และมีคุณภาพด้านการบริการที่ดี เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและมี ประสิทธิภาพมากขึ้น มีผู้ให้ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ ไว้มากมายหลายท่าน ซึ่ง ผู้วิจัยจะนำเสนอดังต่อไปนี้

การจัดการ คือ กระบวนการในการประสานงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

จากแนวความคิดทฤษฎีการจัดการ เป็นการสะท้อนถึงการปฏิบัติของผู้บริหารในแต่ละ กลุ่มทฤษฎีซึ่ง Fayol มีความเชื่อว่าเป็นไปได้ที่เราจะหาทางศึกษาถึงศาสตร์ที่เกี่ยวกับการบริหาร ซึ่งสามารถใช้ได้กับการบริหารทุกชนิด และ การบริหารเป็นเรื่องที่มีความยืดหยุ่น และสามารถ พัฒนาปรับปรุงได้ Fayol ได้สรุปสาระสำคัญตามแนวความคิดไว้ดังนี้ (วิรัช สงวนวงษ์วาน, 2546 : 11-12)

หลักการจัดการ (Management Principles) Fayol ได้วางหลักทั่วไปที่ใช้ในการจัดการไว้ 14 ข้อ ซึ่งใช้สำหรับเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร หลักการต่างๆ กล่าวถึง

- หลักของการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor)
- หลักเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Pariy of Authority & Responsibility)
- หลักเกี่ยวกับระเบียบวินัย (Discipline)
- หลักการของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว (Unity of Command)
- หลักการของการมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน (Unity of Direction)
- หลักการของการถือประโยชน์ส่วนบุคคลเป็นรองจากประโยชน์ส่วนรวม (Subordination of Individual to General Interest)
- หลักของการให้ผลประโยชน์ตอบแทน (Fair Remuneration)
- หลักของการรวมอำนาจไว้ส่วนกลาง (Centralization)
- หลักของการสร้างไว้ซึ่งสายงาน (Scalar Chain)
- หลักของการมีระเบียบเรียบร้อย (Order)
- หลักของความเสมอภาค (Equity)
- หลักของการมีเสถียรภาพของการว่าจ้างทำงาน (Stability of Personnel)
- หลักของการคิดริเริ่ม (Initiative)
- หลักของความสามัคคี (Esprit de Corps)

ซึ่งหลักการจัดการที่กล่าวมา เป็นเรื่องที่ไม่แน่นอนตายตัว แต่สามารถยืดหยุ่นได้ตามประสบการณ์ของผู้บริหาร ในการบริหารจัดการ ซึ่งผู้บริหารควรมีจริยธรรมในการจัดการ ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร

หน้าที่การจัดการ ผู้บริหารในทุกองค์กรและทุกระดับจะต้องมีหน้าที่ในฐานะผู้บริหาร 4 ประการ คือ

- การวางแผน คือ การกำหนดเป้าหมาย กำหนดกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งการรวบรวมและประสานงานกิจกรรมต่างๆ
- การจัดองค์การ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการกำหนดกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ บุคคลที่จะเป็นผู้รับผิดชอบและปฏิบัติงาน การจัด โครงสร้างองค์กร การจัดกลุ่มงาน และกำหนดสายการบังคับบัญชา

- การนำ หมายถึง การสั่งการและการจูงใจให้ทุกฝ่ายทำงานร่วมกันอย่างเต็มใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ
- การควบคุม เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานเพื่อให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

2.1.1 กระบวนการจัดการ

กระบวนการจัดการ คือขั้นตอนต่อเนื่องของหน้าที่การจัดการอันได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม ตามลำดับ ผู้บริหารทุกคนจะต้องมีคุณลักษณะพร้อมด้วยความสามารถทางร่างกาย จิตใจ ไหวพริบ การศึกษาหาความรู้ เทคนิคในการทำงาน และประสบการณ์ต่างๆ Fayol ได้ชี้ให้เห็นว่าคุณสมบัติทางด้านเทคนิควิธีการทำงานนั้นสำคัญที่สุดในระดับคนงานธรรมดา แต่ในระดับที่สูงขึ้นไปนั้น ความสามารถทางด้านการบริหารจะเพิ่มความสำคัญตามลำดับ และมีความสำคัญที่สุดในระดับผู้บริหารสูงสุด Fayol ได้เน้นว่า วิชาการจัดการเป็นสิ่งที่สามารถเรียนรู้ได้ ผู้บริหารควรจะมีการอบรมความรู้ทางด้านบริหารควบคู่ไปกับความรู้ทางด้านเทคนิคในการทำงาน

การตัดสินใจดำเนินงาน หรือการกำหนดทิศทาง หรือวิธีการดำเนินงานของผู้บริหารองค์การต่างๆ อาจอยู่ภายใต้วัฒนธรรมขององค์กรนั้นไม่มากก็น้อย ในหน้าที่การจัดการ เช่น

การวางแผน (Planning) จะลงทุนหรือใช้กลยุทธ์แบบเสี่ยงมากหรือน้อย จะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ ขององค์การทั้งภายในและภายนอก หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์การแต่ละฝ่ายอย่างไร ต้องคำนึงถึง ค่านิยม หรือวัฒนธรรมขององค์กรที่ยึดถือมาโดยตลอดเพียงใด

การจัดการองค์การ (Organizing) การแบ่งงาน การจัดสายการบังคับบัญชา การรวมหรือการกระจายอำนาจหน้าที่ หรือความมีเอกภาพในการบังคับบัญชาที่ยึดถือปฏิบัติมา ความยำเกรงในอำนาจ บารมีเป็นการส่วนตัว หรือเป็นญาติพี่น้องกับเจ้าของกิจการ การประเมินความดีความชอบสวัสดิการต่างๆ ที่เคยปฏิบัติมา ส่วนกระทบต่อการบริหารหน่วยงาน และทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ

การนำ (Leading) จะใช้รูปแบบผู้นำแบบใดจึงจะเหมาะสมกับองค์กรที่มีวัฒนธรรมหรือค่านิยมเช่นนั้นมาตั้งแต่อดีต จะจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างไร รวมทั้งการปรับบุคลิกภาพของพนักงาน มนุษย์สัมพันธ์ การสอนงาน การสื่อสารภายในองค์การ ซึ่งอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนใหม่เพื่อให้้องค์การสามารถต่อสู้แข่งขันกับธุรกิจคู่แข่งได้

การควบคุม (Controlling) การวัดผลงานการกำหนดมาตรฐาน และการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงาน ควรทำแบบใด ใช้เครื่องมืออะไร ในอดีต และจะสามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้มากน้อยเพียงใด

การควบคุม (Controlling) คือ กระบวนการในการตรวจสอบที่ปฏิบัติเพื่อให้แน่ใจว่าจะบรรลุผลสำเร็จตามแผน หากมีความเบี่ยงเบนไปจากแผนก็จะดำเนินการปรับปรุงแก้ไข ผู้บริหารทั้งหลายล้วนต้องเกี่ยวข้องกับหน้าที่ในการควบคุม แม้เป็นผู้บริหารในหน่วยงานหรือกิจกรรมย่อยๆ ในแผนก็ตาม การควบคุมอาจแบ่งได้ 3 แบบ คือ

การควบคุมแบบที่ 1 คือ การควบคุมโดยใช้กลไกของตลาด เช่น การแข่งขันในราคา การแข่งขันให้ได้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น เพื่อนำไปกำหนดเป็นมาตรฐานในระบบการควบคุม การควบคุมแบบนี้มักใช้ในองค์การธุรกิจที่มีสินค้าหรือบริการหลากหลายประเภท และเผชิญกับการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง สินค้าหรือบริการแต่ละอย่างจะต้องได้รับการประเมินว่ามีผลกำไร หรือขาดทุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลกำไรโดยรวมของบริษัทหรือองค์การอย่างไร เพื่อผู้บริหารขององค์การจะสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรให้กับแต่ละสินค้าและบริการ หรือหน่วยธุรกิจ อย่างเหมาะสม รวมทั้งจะได้พิจารณาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง

การควบคุมแบบที่ 2 คือ การควบคุมในเรื่องการบริหารงานขององค์การ เช่น เรื่องสายการบังคับบัญชา อำนาจหน้าที่ กฎ ระเบียบ วิธีปฏิบัติ และนโยบายเป็นการควบคุมโดยจะต้องกำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติของกิจกรรมต่างๆ เช่น การบรรยายลักษณะงาน งบประมาณ เพื่อให้พนักงานมีการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานที่กำหนด

การควบคุมแบบที่ 3 คือ มาตรฐานที่ใช้กำหนดของพนักงานในองค์การ ซึ่งอาจมาจากค่านิยม บรรทัดฐาน ประเพณีปฏิบัติของกลุ่ม ความเชื่อและวัฒนธรรมขององค์การในด้านต่างๆ เป็นรูปแบบการควบคุมที่มักใช้กับการทำงานเป็นทีมหรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

องค์การต่างๆ จะมีรูปแบบการควบคุมแบบใดแบบหนึ่ง หรือทุกแบบก็ได้ตามความเหมาะสม เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.1.2 กระบวนการควบคุม (Control Process)

จะประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ การวัดผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐานที่กำหนด และการแก้ไขหรือปรับปรุงสิ่งที่ผิดพลาด หรือเบี่ยงเบนไป

จากมาตรฐาน ในกระบวนการควบคุมจึงต้องเป็นที่เข้าใจว่าได้มีการกำหนดมาตรฐานไว้เรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอนที่ 1 การวัดผลการปฏิบัติงาน (Measuring) ผู้บริหารอาจทราบผลการปฏิบัติงานได้จากวิธีการต่างๆ ที่สำคัญ 4 วิธี คือ

วิธีที่ 1 ผู้บริหารสังเกตการณ์ด้วยตนเอง (personal observation) โดยวิธี

Management By Walking Around (MBWA) ซึ่งมีข้อดีที่ผู้บริหารจะได้เห็นความเป็นไป หรือปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนถูกต้อง แต่ข้อเสียคือผู้บริหารแต่ละคนอาจมีความเห็นในสิ่งที่ได้พบจากการสังเกตการณ์ในเหตุการณ์อย่างเดียวกันแตกต่างกัน อีกทั้งเป็นวิธีที่เสียเวลาของผู้บริหาร และอาจทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าผู้บังคับบัญชาขาดความไว้วางใจ

วิธีที่ 2 รายงานในรูปสถิติ (Statistical Report) โดยใช้คอมพิวเตอร์ในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และรายงานในรูปตัวเลข กราฟเส้น กราฟแท่ง เพื่อแสดงพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน ข้อเสียของสถิติคือเป็นการวัดผลที่เป็นตัวเลข หรือเชิงปริมาณ แต่ไม่สามารถแสดงพฤติกรรมเชิงคุณภาพต่างๆ ได้

วิธีที่ 3 รายงานในรูปวาจา (Oral Report) จากการประชุม ปรีกษา หรือทั้งที่เป็นกลุ่มหรือรายงานเป็นรายบุคคล หรือรายงานทางโทรศัพท์

วิธีที่ 4 รายงานเป็นลายลักษณ์อักษร (Written Reports) เป็นการรายงานที่มีจุดอ่อนทำนองเดียวกับรายงานในรูปสถิติ คือรายงานหลังจากมีการปฏิบัติไปแล้ว แต่ข้อดีคือเป็นการอ้างอิงได้ สามารถนำมาใช้ในเวลาต่อมา

กิจกรรมที่จะต้องมีการวัดผลจะมีหลากหลาย อยู่ในฝ่ายหรือแผนกต่างๆ เช่น ผู้จัดการฝ่ายผลิต อาจต้องวัดจำนวนผลผลิตในแต่ละวัน หรือวัดอัตราของเสีย หรือร้อยละของสินค้าที่ถูกส่งคืน ผู้จัดการฝ่ายการตลาดอาจต้องวัดอัตราส่วนครองตลาด จำนวนลูกค้าที่พนักงานขายไปเยี่ยม หรือจำนวนลูกค้าที่พอใจการโฆษณาของกิจการ อย่างไรก็ตามมีกิจกรรมที่ไม่อาจวัดผลได้ เมื่อไม่สามารถวัดผลเป็นตัวเลขได้ ผู้บริหารจึงต้องวัดผลในเชิงคุณภาพ ซึ่งต้องใช้ดุลยพินิจเข้าช่วย ซึ่งแม้จะไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน ก็ยังดีกว่าไม่มีการวัดผล

ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบ (Comparing) เป็นขั้นตอนที่จะทำให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างการปฏิบัติงานจริงเมื่อเทียบกับมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 3 การจัดการแก้ไข (Taking Management Action) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการควบคุม คือ การดำเนินการโดยผู้บริหารซึ่งมีทางเลือกดำเนินการ 3 ทาง คือ

- ไม่ต้องดำเนินการอะไรเลย
- ปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงาน
- ทบทวน มาตรฐาน

กรณีที่จะต้องมีการปรับแก้ไขปฏิบัติงาน อาจเป็นเพราะการปฏิบัติงานที่ผ่านมายังไม่เป็นที่น่าพอใจ ผู้บริหารอาจต้องมีการเปลี่ยนกลยุทธ์ หรือโครงสร้างการบริหารงาน การจ่ายค่าตอบแทน โปรแกรมการฝึกอบรม การออกแบบงานใหม่ หรือปลดคนงานออก แล้วแต่ความเหมาะสม การปรับปรุงแก้ไขที่กล่าวนี้อาจต้องดำเนินการทันที หรือใช้เวลาตรวจสอบสมมุติฐานของปัญหาแล้วไปดำเนินการแก้ไขที่ต้นตอหรือต้นทางของปัญหา (Basic corective Action)

กรณีที่ผู้บริหารพิจารณาเห็นว่าสาเหตุของการที่ผลการปฏิบัติงานเบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานมิได้เกิดจากการปฏิบัติงาน กล่าวคือ การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพคืออยู่แล้ว ปัญหาจึงน่าจะมาจากการกำหนดมาตรฐานไม่เหมาะสม ซึ่งอาจกำหนดมาตรฐานไว้สูงเกินหรือต่ำเกินไป ก็ จะทบทวนปรับแก้มาตรฐานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม การปรับแก้ มาตรฐานให้ต่ำลงมักจะเป็นปัญหามากกว่าการปรับให้สูงขึ้น เพราะเมื่อการปฏิบัติขององค์การหรือหน่วยงานใดต่ำกว่ามาตรฐาน มักเกิดข้อโต้แย้งหรือข้อแก้ตัวจากผู้ปฏิบัติงานว่า มาตรฐานที่กำหนดไว้สูงเกินไป วิธีแก้ปัญหานี้จึงควรให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานด้วย

ลักษณะของงานควบคุมที่มีประสิทธิผล (Qualities of An Effective Control System)
มีประสิทธิผลจะแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ โดยทั่วไประบบการควบคุมที่มีประสิทธิผลจะมีลักษณะ 10 ประการ คือ

1. ACCURACY เป็นระบบที่ให้ข้อมูลถูกต้อง เชื่อถือได้ นำไปแก้ไขปัญหาได้
2. TIMELY ให้ข้อมูลทันเวลา เพื่อจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลา
3. ECONOMY การดำเนินงานมีความประหยัด ได้ประโยชน์คุ้มค่า
4. FLEXIBILITY เป็นระบบที่มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์
5. UNDERSTANDABILITY เป็นระบบที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำความเข้าใจได้
6. REASONABLE CRITERIA เป็นระบบที่มีมาตรฐาน สมเหตุผลและสามารถดำเนินการได้
7. STRATEGIC PLACEMENT เป็นระบบที่ใช้กลยุทธ์ควบคุมการดำเนินงานได้
8. EMPHASIS ON EXCEPTION เป็นระบบที่เน้นการควบคุมเฉพาะเรื่องที่สำคัญหรือส่วนที่เป็นสาระสำคัญ เช่นเน้นรายการที่แตกต่างจากมาตรฐานมากอย่างเห็นได้ชัด

9. MULTIPLE CRITERIA เป็นระบบที่มีหลายระดับมาตรฐานและครอบคลุมทุกกิจกรรม

10. CORRECTIVE ACTION เป็นระบบที่ไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นเพียงส่วนเบี่ยงเบนหรือแตกต่างระหว่างการปฏิบัติจริงกับมาตรฐาน หรือชี้ให้เห็นปัญหาเท่านั้น แต่ควรต้องให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขปัญหานั้นด้วย

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการ ดังนั้นจึงศึกษากระบวนการจัดการ ในส่วนของการควบคุม เป็นสำคัญ เพื่อให้ธุรกิจมีมาตรฐาน และมีระบบการจัดการที่ดี โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดนี้มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดและแบบสอบถามในการวิจัย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข

เริ่มมีธุรกิจสปาให้บริการในประเทศไทย ประมาณปี 2542 มีจำนวนสปาเปิดให้บริการเพียงไม่กี่ราย โดยรูปแบบของสปาเหล่านี้เป็นสปาแบบให้บริการครบวงจร ให้บริการอยู่ในโรงแรมชั้นนำต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากรูปแบบเช่นของผู้ประกอบการ โรงแรมที่เป็นเครือของต่างประเทศ โดยออกแบบสถานที่ให้มีความหรูหราและให้ความรู้สึกผ่อนคลายเมื่อเข้าใช้บริการ มีรายการให้บริการหลากหลาย โดยจับตลาดเฉพาะผู้บริหาร โภคระดับบน หรือลูกค้าที่เลือกเข้าพักในโรงแรมชั้นนำ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ ตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามต่าง ๆ แต่เมื่อกระแสความหวังไขในสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติบำบัดได้รับความนิยมสูงขึ้นทำให้ตลาดสปามีการขยายตัว โดยเกิดเป็นธุรกิจเคย์สปาที่ให้การบริการสปาแบบไม่มีห้องพักให้บริการ มีรายการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากเกิดขึ้นมากมายใน 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้สถานให้บริการสปาในรูปแบบของสแตนดอลอนที่มีการตกแต่งสถานที่อย่างหรูหราเกิดขึ้นมากมาย ตลอดจนสถานให้บริการสปาแบบห้องแถวที่ให้บริการนวดและเสริมความงามในแบบต่าง ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดไปยังผู้บริหารระดับกลาง

การตลาดสปาในปัจจุบันจะพบว่ามีลักษณะของการกระจายและกระจุกตัวของสถานให้บริการสปา กล่าวคือ ในแต่ละพื้นที่จะมีสปาแบบสแตนดอลอนและสปาในโรงแรมเปิดให้บริการกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในกรุงเทพมหานคร หรือ จังหวัดใหญ่ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวก็ตาม เช่น ย่านถนนสุขุมวิท ย่านถนนสาทร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต เกาะสมุย หัวหิน โดยส่วนใหญ่ในพื้นที่ของแต่ละแห่งจะมีปริมาณการกระจุกตัวของสถานให้บริการสปาอยู่

มากมายในแต่ละพื้นที่ ซึ่งพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวล้วนแต่เป็นแหล่งย่านธุรกิจ และแหล่งที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักมุ่งตลาดเป้าหมายที่เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว หรือชาวต่างชาติ

2.2.1 การแบ่งรูปแบบสปาตามแบบสากล

ในแต่ละประเทศจะมีหลักการจำแนกตามรูปแบบบริการสปาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ขึ้นอยู่กับการนำมาประยุกต์หรือผสมผสานให้มีลักษณะโดดเด่นตามการวางตำแหน่งสถานที่บริการ หรือเป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องตามความต้องการตลาดแต่ละกลุ่มซึ่งล้วนแสวงหาการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพทั้งที่เป็นสุขภาพร่างกาย และสุขภาพจิตใจให้ได้รับการผ่อนคลายเพื่อเพิ่มพลังชีวิต สำหรับการจำแนกประเภทธุรกิจสปาตามหลักการของสมาพันธ์สปาระหว่างประเทศ (International Spa Association = ISPA) รูปแบบในประเทศไทย ปัจจุบันมีหลากหลาย สามารถจัดแบ่งสปาตามประเภทการให้บริการแบบสากลออกเป็น 7 ประเภทด้วยกัน โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากสถานที่ ดังนี้ (นภารัตน์ ศรีละพันธ์, 2549 : 7-8)

2.2.1.1 สปาสำหรับสมาชิก (Club Spa) คือ สปาที่สร้างขึ้นเพื่อให้บริการเฉพาะสมาชิก (Member) โดยเน้นการให้ความสะดวกสบายและครบครันเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพร่างกาย พร้อมกับบริการสปาอื่นๆ ในประเทศไทยสปาประเภทนี้ยังไม่แพร่หลายเท่าใดนัก

2.2.1.2 สปาทั่วไป หรือ สปาขนาดเล็ก (Day Spa) คือ สปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ เช่น ที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือตามสนามบิน โปรแกรมการบริการค่อนข้างหลากหลาย ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้น ๆ จากการสำรวจพบว่าเป็นสปาที่เปิดให้บริการมากที่สุด สปาประเภทนี้หลายแห่งพัฒนาการมารากร้านเสริมสวย บางแห่งตั้งอยู่ในศูนย์การค้าและธุรกิจ

2.2.1.3 สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (Hotel and Resort Spa) คือ สปาที่ตั้งอยู่ภายในหรือในบริเวณเดียวกันกับโรงแรมหรือรีสอร์ท ได้จัดบริการสปาไว้เป็นบริการเสริมในโรงแรม มีสถานที่ออกกำลังกาย อาหาร โปรแกรมบริการมักประกอบด้วย การนวดแบบต่าง ๆ เพื่อผ่อนคลาย สำหรับผู้คนที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ และหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของตน และในขณะเดียวกันก็เปิดบริการให้กับลูกค้าอื่นที่ไม่ได้พักในโรงแรมนั้น สปาประเภทนี้มักจะมีขนาดใหญ่กว่าเมื่อเทียบกับ Day Spa ทั่วไป

2.2.1.4 สปาที่ตั้งอยู่ในเรือสำราญ Cruise Ship Spa (ครูซชิปสปา) คือ สปาที่ตั้งอยู่ในเรือสำราญผสมผสานกับการออกกำลังกาย โปรแกรมการบริการประกอบด้วย การนวดแบบต่าง ๆ การ

ออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ การจัดเตรียมอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพกาย เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขสบายผ่อนคลายและปลอดภัยไปรุ่งในระหว่างการเดินทาง

2.2.1.5 สปาในแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ (Mineral Springs Spa) คือ สปาที่ตั้งอยู่ในสถานที่ที่เป็นแหล่งน้ำพุร้อน หรือน้ำแร่ธรรมชาติ โปรแกรมการบริการจะเน้นการบำบัดโดยใช้ความร้อนของน้ำ หรือแร่ธาตุต่างๆ เช่น ใช้เกลือมาเป็นส่วนหนึ่งในการบำบัดรักษา ตัวอย่างเช่น สปาที่ตั้งอยู่ตามแหล่งบ่อน้ำร้อนในประเทศญี่ปุ่น และรัสเซีย ประเทศไทยมีโอกาสที่จะพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติหลายแห่งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีในอนาคต

2.2.1.6 สปาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะ (Destination Spa) คือ สปาที่ตั้งขึ้นเพื่อให้การดูแลสุขภาพเป็นหลักโดยมีที่พักอยู่ภายในนั้น มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพครบวงจร อาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย การให้ความรู้ในด้านต่างๆ ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มักจะมีความต้องการพำนักอยู่เป็นระยะเวลานาน เพื่อผ่อนคลายและปรับปรุงวิถีชีวิตให้ดีขึ้น ปรับปรุงความสมดุลของร่างกายและจิตใจลดน้ำหนัก ออกกำลังกายที่ถูกต้อง เป็นต้น โดยทีมงานที่เชี่ยวชาญจะเป็นผู้พิจารณาจัด โปรแกรมให้เหมาะสมกับลักษณะสุขภาพบุคคลแต่ละคน มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติโดยส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากแหล่งธรรมชาตินั้นเข้ามาเป็นตัวช่วยในการจัดกิจกรรม เช่น ภูเขา ทะเล น้ำพุร้อน โคลน

2.2.1.7 สปาเพื่อการรักษาพยาบาล (Medical Spa) คือ สปาที่ตั้งโดย พ.ร.บ.สถานพยาบาล โดยมีแพทย์ และพยาบาลดูแลกำกับ มีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดรักษาสุขภาพและความสวยงาม โปรแกรมการบริการประกอบด้วยโภชนาการบำบัดและอาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ การนวดแบบต่างๆ การบำบัดและดูแลลูกค้าโดยใช้ความรู้ด้านสุขภาพ มีบริการทางการแพทย์ให้เลือก ทั้งแพทย์แผนปัจจุบันและการแพทย์ไทย แผนจีน ฯลฯ มีโปรแกรมการนวดที่รักษาอาการเจ็บป่วย เช่น การนวดกดจุด การบำบัดด้วยสมุนไพร การปรับโครงสร้างร่างกาย การสะกดจิต การฝังเข็ม ศัลยกรรมผิวหนัง การต่อต้านริ้วรอย ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มักจะมีความต้องการพำนักระยะยาวและการบำบัดที่ชี้เฉพาะ เช่น การลดน้ำหนัก การออกกำลังกายที่ถูกต้อง การเลิคนุหรี เป็นต้น โดยทีมงานที่เชี่ยวชาญจะเป็นผู้พิจารณาจัด โปรแกรมให้เหมาะสมกับลักษณะสุขภาพบุคคลแต่ละคน

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำหลักการจัดการแบ่งรูปแบบสปาตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขนี้มาใช้ใน 2 รูปแบบเท่านั้น คือ สปาทั่วไป หรือสปาขนาดเล็ก (Day Spa) และสปาที่ให้บริการในรีสอร์ทและโรงแรม (Hotel and Resort) ทั้งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย

รูปแบบที่ 1 สปาทั่วไป หรือ สปาขนาดเล็ก (Day Spa) เป็นสถานที่เดี่ยวๆ แยกจากรีสอร์ท ให้บริการบำบัดเพื่อสุขภาพกระจายอยู่ทั่วไปตามอาคาร บ้าน สำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า สปาประเภทนี้มักมีขนาดเล็กหรือขนาดย่อม มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เป็นประเภทของสปาที่เปิดบริการมากที่สุดในเวลานี้ สปาที่ไม่มีสถานที่พักค้างคืน ให้บริการลูกค้าในระยะสั้นตามเมนูที่กำหนด มักจะเน้นเรื่องความงามและการบำบัดให้คลายเครียดในเวลาสั้น ๆ แต่ไม่กี่ชั่วโมง ไม่ต้องเข้าคอร์สรับเรื่องโภชนาการ อาหารการกินหรือการออกกำลังกาย เป็นธุรกิจที่ขยายตัวค่อนข้างสูงในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มากเหมือนธุรกิจสปาประเภทอื่น อาจใช้อาคารสำนักงานหรือบริเวณบ้านที่รื้อรื้อดัดแปลงเป็นเคย์สปาได้ไม่ยาก มีโปรแกรมให้บริการช่วงเวลาด้านๆ ตั้งแต่ 30 นาที ถึง 1-2 ชั่วโมง จึงมีลูกค้าหมุนเวียนมาใช้บริการในปริมาณมาก

เคย์สปา (Day Spa) หลายแห่งมีจุดเด่นเรื่องทริทเมนต์ความงาม นวดหน้า ขัดผิว อบตัว ซึ่งบางแห่งอาจมีเครื่องสำอางสมุนไพรเฉพาะของตัวเอง ไว้บริการ ส่วนการบำบัดคลายเครียดนั้นใช้ทั้งอโรมาเธอราพีในการนวดน้ำมันหอมระเหยและการนวดแผนไทยยืดเส้น

รูปแบบที่ 2 สปาที่ให้บริการในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel and Resort Spa) มีกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคตามโรงแรมและรีสอร์ทใหญ่ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ เชียงราย สมุย พัทยา หัวหิน ฯลฯ เน้นให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ให้ความสำคัญกับการนวดตัวมากกว่าทริทเมนต์เรื่องความงาม เพราะผู้ใช้บริการมักเป็นแขกโรงแรมและรีสอร์ท ซึ่งเป็นลูกค้าชั่วคราวที่ไม่มีโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำ ทริทเมนต์ความงามนั้นจะได้ผลดีต้องใช้บริการซ้ำหลายๆ ครั้ง

การเข้ารับบริการสปาประเภทใดนั้นก็จะต้องเลือกให้เหมาะกับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง รวมถึงค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นเพราะในการใช้บริการสปาในแต่ละครั้งค่าใช้จ่ายไม่น้อยเลย แต่ถ้าได้สัมผัสกับ สปา ที่ดีและเหมาะสมสำหรับแล้ว ผู้รับบริการก็จะรู้สึกได้ถึงความสุขในชีวิต ความเป็นอิสระเสรีจากความตึงเครียดที่ทำให้คุณเหนื่อยล้า และเป็นการช่วยชาร์จ หรือเพิ่มพลังงานให้สามารถต่อสู้กับชีวิตในวันต่อไปได้เป็นอย่างดี

สปาจึงถือเป็นรูปแบบการรักษาโรคแขนงหนึ่ง การให้บริการด้านสปาจำเป็นต้องทำโดยผู้เชี่ยวชาญ คำนึงถึงความปลอดภัย มีหลักคุณธรรม จริยธรรม ฉะนั้นต้องมีการจัดทำมาตรฐานสปาตามเกณฑ์ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานและแบ่งตามแนวคิดหลักขององค์ความรู้ และมีมาตรฐานของพนักงานที่ให้บริการประจำ ได้แก่ พนักงานฝึกจิต พนักงานนวด นักโภชนาบำบัด นักศุนทรบำบัด พนักงานวาริบำบัดเป็นผู้ช่วยและหากพนักงานเหล่านี้มีความรอบรู้ชำนาญมากครบทุกวิชาเราก็เรียกว่า Thai Spa Therapist ซึ่งเป็นผู้มีความรู้กว้างขวาง สามารถดำเนินการให้บริการสปาได้ครบวงจร และจะต้องคำนึงถึงความมีมาตรฐานของสถานบริการสปาโดยที่กระทรวง

สาธารณสุขเองก็ได้มีการกำหนดและจัดทำหลักเกณฑ์มาตรฐานของสถานบริการสปา ทั้งในด้านพื้นที่ การจัดแต่ง ข้อห้าม ข้อควรระวัง สภาพสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน โดยเน้นมาตรฐานเชิงโครงสร้างและระเบียบการควบคุม การไม่เบี่ยงเบนไปทำอย่างอื่น และยังคงมีมาตรฐานด้านการ Treatment ด้วยในระดับที่เป็นการส่งเสริมสุขภาพเท่านั้น ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องได้รับการดูแลควบคุมให้มีมาตรฐานด้านบุคลากร ที่มีความรู้ได้รับการอบรมตามหลักสูตรที่กำหนด และจะต้องมีการขอจดทะเบียนเป็นสถานบริการสปา เพื่ออำนวยความสะดวกและคุ้มครองผู้บริโภค

2.2.2 การจัดการแบ่งลักษณะธุรกิจสปา

การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแผนไทย ก็มีการนำเอาภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่นมาใช้ จึงทำให้คำว่า สปา เป็นคำรวมๆ ที่นำเอาวิธีการดูแลสุขภาพอย่างอื่นด้วย เช่น การนวดไทย การอบ ประคบ การใช้น้ำหอม การใช้สมุนไพร ไทยๆ การใช้กลิ่นหอมจากธรรมชาติ ฯลฯ จึงทำให้สปา มีความหมายที่หลากหลายมากในประเทศไทย จึงได้มีการแบ่งลักษณะของสปา ออกเป็น 3 ลักษณะ โดยยึดตามแนวองค์ความรู้ ได้แก่

2.2.2.1 สปาแบบตะวันตก (Western Spa) ได้แก่ สถานบริการทางสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นหลัก โดยมีมาตรฐานการให้บริการตามแบบประเทศตะวันตก เช่น การใช้อ่างน้ำวน การนวดแบบตะวันตก เช่น การนวดสวีดิช การอาบน้ำแร่ การอบซาวน่า อบไอน้ำแบบฝรั่ง มีการออกกำลังกายโดยอาศัยเครื่องมือ (Fitness) เป็นสปาประเภทที่ต้องใช้เครื่องมือที่มีราคาแพงและมักจะเป็นอุปกรณ์นำเข้าจากต่างประเทศ ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้วิธีการใช้เครื่องมือให้ถูกต้อง และให้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่ผู้รับบริการ

เทคนิคการนวดสปาตะวันตกหลายๆ รูปแบบ จะช่วยให้ผู้นวดสามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสมกับผู้มารับบริการแต่ละราย ลักษณะเทคนิคการนวดสปาตะวันตกมีดังนี้ (ชนินทร์ ลีวานันท์, 2549 : 45-46)

1) นวดสวีดิช (Swedish massage) เป็นการนวดเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นิยมกันมาก วิธีนวดใช้เทคนิค lono stroking kenading และ friction ลงน้ำหนัก ไม่มากมีแรงกระทำเพียงผิวส่วนบนของร่างกายเนื่องจากจะเกิดแรงเสียดทานระหว่างผิวกับมือผู้นวดดังนั้นจึงต้องใช้น้ำมัน (หรือแป้ง แต่ไม่นิยม) ช่วยในการนวดด้วย บางแห่งจึงเรียกว่านวดน้ำมัน นอกจากนั้นยังมีการจับข้อต่อผู้รับบริการเคลื่อนไหวไปด้วย

2) นวดอโรมา (Aromatic massage) คล้ายการนวดสวีดิชนั่นเอง แต่ในการเลือกใช้น้ำมันจะเป็นน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากส่วนต่างๆ ของพืช เช่น ดอก ใบ ผล โดยเชื่อว่าการใช้

น้ำมันหอมระเหยสกัดจากธรรมชาติจะมีผลต่อร่างกายได้แก่ทำให้ผ่อนคลาย กระตุ้นความรู้สึก ช่วยลดอาการปวดเมื่อย

3) นวดเซลลูไลท์ (Cellulite massage) ต้องอาศัยความชำนาญวิธีการเฉพาะเพื่อช่วยให้เกิดการไหลเวียนของน้ำเหลือง และเลือดดีขึ้นและช่วยให้เนื้อเยื่อเกี่ยวพันของกระเปาะเซลลูไลท์ อ่อนตัว ผู้มารับบริการควรจะมีการนวดเซลลูไลท์สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งๆ ละ 20-30 นาที ประมาณ 6-10 ครั้ง และต้องมีคำแนะนำให้ไปปฏิบัติตัวที่บ้านด้วย ได้แก่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมรับประทานอาหารที่ถูกต้อง

4) การนวดแบบ Petrissage และการนวดอีกหลายวิธีพบว่ามีผลทางกลศาสตร์ช่วยสลาย fat globules และส่งเสริมให้มีการซึมผ่านเข้าไปยังระบบน้ำเหลือง และที่สำคัญกว่านั้นคือเกิดผลกระตุ้นทางจิตใจและการให้กำลังใจกับผู้มารับบริการเป็นอย่างดีซึ่งส่วนใหม่มักไม่ได้นึกถึงข้อนี้กัน เนื่องจากการลดความอ้วน โดยหลักการแล้วความสำเร็จไม่ได้อยู่ที่วิธีการ แต่อยู่ที่กำลังใจและความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้าของผู้มารับบริการเป็นสำคัญในบางแห่งยังใช้เครื่องมือต่างๆ ช่วยนวดเซลลูไลท์อีกด้วย เช่น Endermologie, ultrasound เป็นต้น

2.2.2.2 ไทยสปา (Thai Spa) เป็นสถานบริการทางสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นหลัก มีมาตรฐานการให้บริการแนวเดียวกับประเทศตะวันตก แต่มีการประยุกต์ภูมิปัญญาทางตะวันออกและภูมิปัญญาไทยเข้าไปสู่สถานบริการในสถานที่ดังกล่าว การให้บริการสปาแบบตะวันตกผสมผสานด้วยการบริการแบบไทย เน้นการผ่อนคลายแบบไทย ๆ และอาจมีอาหารบำรุงสุขภาพเข้ามาเสริมด้วย ส่วนอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีไว้บริการลูกค้า ใช้นองไทยแทนอุปกรณ์จากตะวันตก เช่น การนวดไทย การอบสมุนไพร การประคบ การพอกด้วยสมุนไพร หรือการพอกหน้า นวดหน้า

เทคนิคการนวดไทยสปาหลาย ๆ รูปแบบ จะช่วยให้ผู้นวดสามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสมกับผู้มารับบริการแต่ละราย ลักษณะเทคนิคการนวดไทยสปามีดังนี้

1) นวดชิตตี้ (Shiatsu) มาจากคำว่า shi แปลว่านิ้วมือ และ atsu แปลว่าแรงกด เป็นการนวดแบบญี่ปุ่น ซึ่งมีรากฐานมาจากทฤษฎีเส้นลมปราณการแพทย์แผนจีนผสมผสานกับศาสตร์ทางตะวันตก เชื่อว่าการกดบนจุดฝังเข็มจะช่วยให้เกิดความสมดุลของการไหลเวียนลมปราณ โดยมี 12 เส้นลมปราณหลัก มีพลังงานที่เรียกว่าชี ไหลเวียนอยู่ และมีอิน เกี่ยวข้องกับการอยู่นิ่ง ผ่อนคลาย ส่วนหยางเกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวการกระตุ้นความร้อน โดยจุดใกล้กับอาการจะกดนาน 1 นาที และจุดไกลจากอาการจะกดนาน 3 นาที ทำให้เกิดการผ่อนคลายระดับลึก และมีชีวิตชีวาหลังนวด

2) การนวดทุยนา (Tui-na) เป็นการนวดแผนโบราณของจีน โดยใช้มือกลิ้งและ ผลักบนร่างกาย โดยบำบัดทั้งบนเส้นลมปราณและกล้ามเนื้อข้อต่อ บางเทคนิคใช้วิธีฉีดยาและใช้ ช้อนไม้กดลงบนร่างกาย

3) นวดจุดสะท้อนที่ฝ่าเท้า (Reflexology) อาจเรียกว่านวดฝ่าเท้า เหมือนนวดเท้า พบว่ามีจุดกดเจ็บบนมือและเท้า สะท้อนถึงอาการเจ็บป่วยบนส่วนอื่นของร่างกาย การนวดลงบนจุด เหล่านี้สามารถทำให้อาการดีขึ้นได้

2.2.2.3 ไทยสัปายะ (Thai Sapaya) หรือสปาไทย เป็นสถานบริการที่ประยุกต์ใช้ภูมิ ปัญญาไทยเป็นหลัก ซึ่งชาวไทยมีชีวิตอยู่กับสายน้ำ ดำรงชีวิตด้วยสายน้ำ มีน้ำตก น้ำพุร้อน ลำธาร น้ำทะเล และยังมีภูมิปัญญาที่โดดเด่น เช่น การนวดไทย การใช้ลูกประคบ การอบสมุนไพร การใช้ เครื่องร่ำไทย สมุนไพรไทย อาหารไทย ผลไม้ไทย และดนตรีไทย ซึ่งคงความเป็นศิลปวัฒนธรรม และประเพณีไทยอย่างชัดเจน จะมีบริการที่ใช้น้ำหรือไม่ใช้ก็ได้ โดยเน้นการใช้วิธีการธรรมชาติ เป็นหลัก (Natural Treatment)

เทคนิคการนวดในประเภทไทยสัปายะเป็นเอกลักษณ์และเป็นจุดขายให้ต่างชาติต้อง มาใช้บริการช่วยนารายได้เข้าประเทศ ดังนั้นจำเป็นที่จะต้องรู้และเข้าใจ จนสามารถอธิบายได้ดี พอสมควร ถึงความแตกต่าง และประโยชน์ของการนวดแบบไทยซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะแบ่งได้ 2 แบบ ดังนี้

แบบที่ 1 การนวดแบบเซลยศักดิ์ มีจุดกำเนิดจากการนวดเพื่อช่วยเหลือกันเองใน ครอบครัวของชาวบ้านทั่วไปเป็นการใช้วิธีอื่นในการนวดนอกจากมือ ได้แก่ สอก ท่อนแขน สั้นเท้า เป็นต้น ส่วนการนวดก็มีได้หลากหลายไม่เพียงแต่บีบ หรือกดจุดที่ปวดเมื่อยอย่างเดียวยังมี การชีกกล้ามเนื้อ โดยเฉพาะทำชีกกล้ามเนื้อขา การตัดกระดูกสันหลัง ซึ่งมีอยู่หลายจังหวัด ทั้งทำ นอนหงาย นอนตะแคง และนั่ง และตัดกระดูกสันหลังระคับอก ซึ่งถ้าผู้มารับบริการ ไม่มีปัญหา กระดูกสันหลังที่อาจเกิดอันตราย และหมอนวดมีความชำนาญแล้ว หลังการนวดแล้วจะรู้สึกสบาย ขึ้นทันที

แบบที่ 2 การนวดแบบราชสำนัก หรือการนวดอายุรเวท เป็นการนวดที่ใช้ในพระราชวัง ดังนั้นท่าต่างๆ จึงต้องสุภาพ และมักนวดโดยใช้มือกดลงบนร่างกาย เพื่อควบคุมน้ำหนักไม่ให้มาก เกินไป โดยมีข้อปฏิบัติในการนวดที่ค่อนข้างเคร่งครัด เช่น เทอราปีสต์ต้องเดินเข้าหาผู้รับบริการ เมื่อเข้าใกล้ไม่น้อยกว่า 4 สอก มีองศามาตราส่วนของการนวดที่ไม่ประชิดตัวมาก และหันมองตรง ไม่ก้มหน้าจรดผู้มารับบริการ

ปัจจุบันการนวดแบบเชลยศักดิ์เป็นที่นิยมมาก เนื่องจากมีการถ่ายทอดต่อเนื่อง กันตามชุมชน ในขณะที่แบบราชสำนักมักหาวิชา มีการถ่ายทอดเฉพาะครอบครัว อย่างไรก็ตามเอกลักษณ์ของการนวดไทยทั้ง 2 แบบ ก็ยังคงความเป็นไทย คือ สุภาพอ่อนโยน และมารยาทของหมอนวดก็นวดด้วยความสำรวม

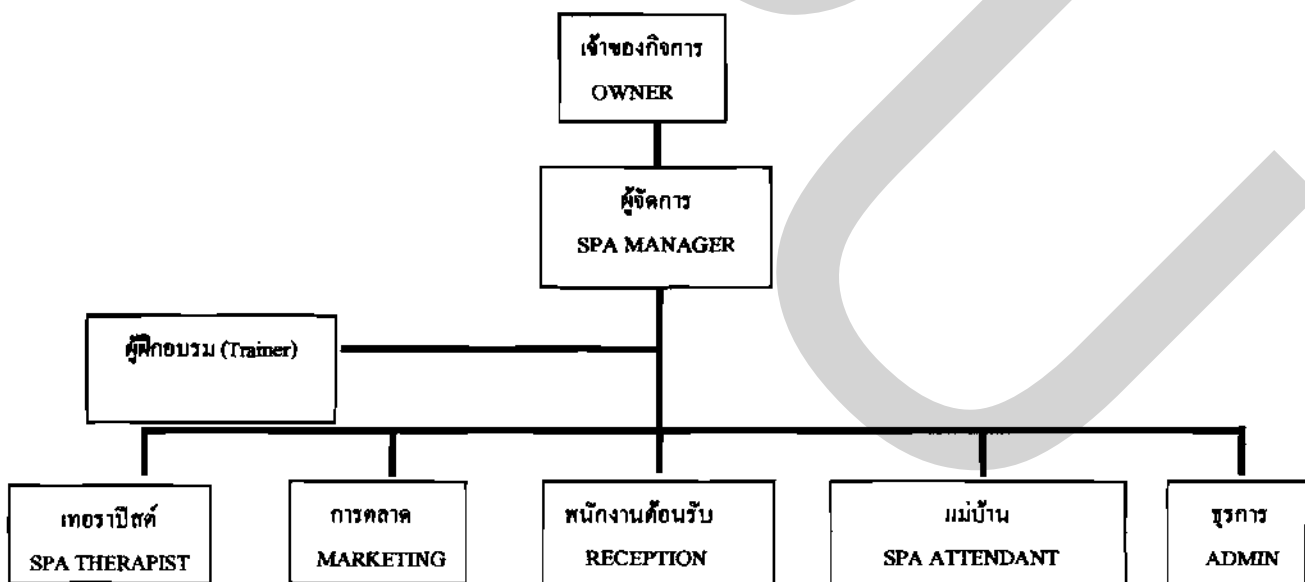
2.2.3 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจสปา

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ การใช้ทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุดในเชิงธุรกิจและเชิงการแข่งขัน โดยการทำให้พนักงานปฏิบัติงานให้ได้ผลงานสูงสุดทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ทำให้พนักงานบังเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานกับองค์กร และทำให้พนักงานมีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง

2.2.3.1. การจัดโครงสร้างองค์กรในธุรกิจสปา

การจัดองค์กรมีแนวคิดได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการและความซับซ้อนในการให้บริการ การจัดโครงสร้างองค์กรในธุรกิจสปาส่วนใหญ่มีลักษณะดังต่อไปนี้

แผนผังการจัดโครงสร้างองค์กร (Organization Chart)



ภาพที่ 2.1 แสดงโครงสร้างการจัดการองค์กรในธุรกิจสปาโดยทั่วไป

ที่มา : เอกสารความรู้ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ สถาบันส่งเสริมการแพทย์แผนไทย มูลนิธิ
การแพทย์แผนไทย, 2549 : 147

2.2.3.2. การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรภายในองค์กรธุรกิจสปา มีความสำคัญมาก
ในการจัดการบริหารให้เกิดความสงบเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพในการวัดผลการทำงาน การ
ว่าจ้าง การให้ผลตอบแทน และสามารถวางแผนการพัฒนาสายอาชีพแก่พนักงาน ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
การจัดหน้าที่จะต้องพิจารณาความเหมาะสมและความสามารถกล่าว คือ Put the right man on the
right job

บุคลากรภายในสถานประกอบการสปาประกอบด้วย

1) **เจ้าของกิจการ (CEO/ Owner/ Board of Director)** บทบาทของเจ้าของกิจการหรือ
ผู้ประกอบการหรือ ผู้ว่าจ้างนั้น ต้องควบคุมกิจการให้ทั่วทุกแผนกโดยจัดให้เป็นระบบพร้อมทั้งให้
อยู่ในสภาพที่ดีสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ การประกอบกิจการที่ให้การดูแล
เสริมสร้างสุขภาพจะต้องประกอบไปด้วยบริการหลักและบริการเสริมประเภทต่างๆ

(1) บริการหลักประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ

(2) บริการเสริม คือ กิจกรรมต่างๆ ที่ควรจัดให้มีอยู่ในเมนู เพื่อเป็นการดึงดูดให้
ลูกค้าสนใจให้มาใช้บริการบ่อยขึ้นและมีความหลากหลายในสปามากขึ้น ตัวอย่างของกิจกรรม
ต่างๆ เช่น การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การทำสมาธิและ โยคะ การอบเพื่อสุขภาพ การแพทย์
ทางเลือก โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร

ภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ ดังนี้

- การวางแผนนโยบายและกำหนดทิศทางของธุรกิจ
- การกำกับ ดูแลกิจการให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่วางไว้
- จัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม
- กำหนดหน้าที่หลักของแต่ละแผนกเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่
วางไว้

2) **ผู้ดำเนินการหรือผู้จัดการสปา (Spa Manager / Spa Operator)** หมายถึง ผู้ที่
เจ้าของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพแต่งตั้งให้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการให้บริการทั้งหมดใน
สถานประกอบการสปานั้น

บทบาทของผู้ดำเนินการผู้จัดการสปา คือ ผู้ที่มีหน้าที่บริหารงานให้บรรลุตาม
นโยบายของกิจการ หน้าที่ของผู้จัดการจะถูกกำหนดขึ้น โดยผู้ว่าจ้าง การสรรหาผู้จัดการสปาที่เก่ง

ทั้งทางด้านงานบริการ การตัดสินใจ และมีความสามารถในการบริหารงานไม่ใช่เรื่องง่าย ดังนั้น
ในบางกิจการจะเห็นได้ว่า ผู้จัดการสปา ก็คือผู้ประกอบการสปานั่นเอง

หน้าที่หลักๆ ของผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ได้แก่

- (1) ดำเนินการตามนโยบายของธุรกิจที่เจ้าของกิจการวางไว้ (Implementing Policy)
- (2) วางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ (Strategic Planning) ด้านทรัพยากรมนุษย์ การ
ตั้งราคาและออกแบบเมนูสปา
- (3) วางแผนกลยุทธ์และเป้าหมายทางการตลาดให้เป็นไปตามนโยบาย เช่น การจัด
กิจกรรมพิเศษทางการตลาด
- (4) ควบคุม/ติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย (Controlling)
- (5) จัดการกับเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ (Dealing with Complaint)
- (6) ตั้งงบประมาณการบริหาร (Budgeting)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า คุณสมบัติของสถานประกอบการธุรกิจ
สปาเพื่อสุขภาพ คือ การประกอบกิจการที่ให้การดูแลแลเสริมสร้างสุขภาพ โดยประกอบไปด้วย
บริการหลักและบริการเสริมประเภทต่างๆ บริการหลักประกอบด้วย: การนวดเพื่อสุขภาพและการ
ใช้น้ำเพื่อสุขภาพ และบริการเสริม คือ กิจกรรมต่างๆ ที่ควรจัดให้มีอยู่ในเมนู เพื่อเป็นการดึงดูดให้
ลูกค้าสนใจ ให้มาใช้บริการบ่อยขึ้นและมีความหลากหลายในสปามากขึ้น ตัวอย่างของกิจกรรมต่าง
ๆ เช่น การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การทำสมาธิและ โยคะ การอบเพื่อสุขภาพ การแพทย์ทางเลือก
โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร ต้องจัดให้มีผู้ดำเนินการสปาหนึ่งคนเป็นผู้ควบคุมและ
รับผิดชอบในการดำเนินการสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพนั้น และผู้ดำเนินการสปาจะต้องมี
ความสามารถควบคุมดูแลกิจการอย่างใกล้ชิด และต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม เช่น ไม่เคยได้รับโทษ
จำคุกโดยคำพิพากษา หรือคำสั่งที่ชอบด้วยกฎหมายถึงที่สุดให้จำคุก ไม่เป็น โรคร้ายแรงต่าง ๆ และ
ไม่เป็นบุคคลที่ไร้ความสามารถหรือเสมือนหนึ่งไร้ความสามารถ สถานประกอบการจะต้องจัดให้มี
การประเมินงานของผู้ให้บริการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง รวมถึงการจัดให้มีทะเบียนประวัติเกี่ยวกับผู้
ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยต้องเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพที่ตรวจสอบได้ไม่น้อยกว่า 5 ปี นับแต่
วันที่จัดทำ

3) ผู้ฝึกอบรม (Trainer or Supervisor) ในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะต้องมี
ผู้ฝึกอบรมไว้สำหรับให้ความรู้แก่พนักงานด้านการบริการสปา

- (1) อบรมบุคลากรให้มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยเน้นพนักงานนวด (Therapist)
เป็นสิ่งสำคัญ มีการทดสอบฝีมือเป็นระยะ
- (2) นำความรู้ใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาบุคลากร

- (3) ดูแลความเรียบร้อยโดยรวมในสปาให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ
- (4) อบรมพนักงานให้ปฏิบัติอยู่ภายใต้กรอบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดมาตรฐานของผู้ให้บริการ
- (5) ดูแลการขึ้นทะเบียนของเทอราพิสต์ และผู้จัดการสปาให้ถูกต้อง

4) **พนักงานผู้ให้บริการ (Therapist)** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรง ซึ่งพนักงานหรือผู้เชี่ยวชาญด้านสปาที่มีความจำเป็นจะต้องเป็นบุคคลที่ผ่านการอบรม และมีคุณวุฒิที่เหมาะสมกับงาน มีการศึกษาด้านวิชาชีพ มีวิชาความรู้ด้านการบริการสปาอย่างแท้จริง พนักงานนวด (Therapist) จะต้องมีประสบการณ์ความรู้ความสามารถในการให้บริการ (ในกรณีที่พนักงานนวดต้องผ่านการอบรมการนวดมาอย่างถูกต้องตามหลักการนวดแผนต่างๆ)

หน้าที่หลักๆ ของพนักงานนวด (Therapist)

- (1) ให้บริการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ดูแลรับผิดชอบความสะอาด รักษาในส่วนที่ได้รับมอบหมาย
- (3) ให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการในเรื่องการปฏิบัติตน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อน / ระหว่าง / หลังการเข้ารับบริการ เพื่อให้ได้ผลที่ติดตามหลักของแต่ละทรีทเมนท์
- (4) พัฒนาทักษะองค์ความรู้ในงานบริการที่รับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ
- (5) ปฏิบัติตามจริยธรรม/จรรยาบรรณนักบำบัด และทำตามกฎหมาย

5) **เจ้าหน้าที่การตลาด (Marketing and Public Relation)** ในสถานประกอบการสปาขนาดเล็ก ผู้ประกอบการสปาหรือผู้ดำเนินการสปา จะทำหน้าที่ในส่วนของการตลาดด้วย เพื่อเป็นการลดงบประมาณในการว่าจ้างบุคลากร ส่วนในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะมีเจ้าหน้าที่ทางการตลาดเข้ามาดูแล โดยเจ้าหน้าที่ทางการตลาดในธุรกิจสปาโดยทั่วไปมีภาระหน้าที่ ดังนี้

- (1) วางแผนกลยุทธ์และเป้าหมายทางการตลาดให้เป็นไปตามนโยบาย เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด (Marketing Events) การจัดการด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
- (2) ปฏิบัติตามกลยุทธ์และแผนที่วางไว้ (Implementation)
- (3) ดูแลจัดทำ Website และให้ข้อมูลทาง E-mail

6) **พนักงานต้อนรับ (Reception)** เป็นด่านแรกในการทบทวนลูกค้าในสปา บทบาทนี้จึงสำคัญมากที่สุด พนักงานในตำแหน่งนี้จะต้องถูกอบรมมาเป็นอย่างดี ต้องมีบุคลิกที่ดีและมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยม รวมทั้งไม่มีข้อบกพร่องใดๆ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจในบริการต่างๆ ทุกทรีทเมนท์ สามารถตอบข้อซักถามและพนักงานต้อนรับที่ดีควรมีประสบการณ์ของการเป็นผู้

ให้บริการมาก่อน สร้างความรู้สึกประทับใจให้กับลูกค้า ดูแลลูกค้า บันทึกนัดหมาย จัดทำประวัติลูกค้า จัดการเกี่ยวกับการชำระเงิน ออกใบเสร็จรับเงิน ทำระบบชำระเงินให้ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้ ทำรายงาน รายรับประจำวัน และการให้บริการประจำวัน และดูแลความเรียบร้อยในบริเวณ Front Desk และ Retail Shop

7) แม่บ้าน (Spa Attendant) ทุกสถานประกอบการสปาจะมีแม่บ้านเป็นผู้มีหน้าที่ที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ จำนวนแม่บ้านมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับขนาดของสถานประกอบการสปา ในส่วนของรีสอร์ทสปา แม่บ้านมักจะสังกัดกับ โรงแรมหรือรีสอร์ท โดยมีการแบ่งหน้าที่กับผู้ให้บริการสปาอย่างชัดเจน ในส่วนของเคย์สปา แม่บ้านจะเป็นของสปาเอง

8) พนักงานธุรการ (Admin., Accountant) เปรียบเสมือนส่วนสำนักงานของสถานประกอบการสปานั้นๆ มีความสำคัญในส่วนที่ดูแลจัดการการทำงานของสปาให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามสถานประกอบการสปายังอาจจะมีฝ่ายอื่นๆ อีก ซึ่งขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ประกอบการสปาว่า มีความจำเป็นต้องมีฝ่ายใดบ้าง ในสปาขนาดใหญ่จะมีการแยกฝ่ายออกเป็นหลายส่วน เช่น ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายผู้ให้บริการสปา ฝ่ายแม่บ้าน ฝ่ายสโตร์ ฝ่ายช่างเทคนิค ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบุคคล ฝ่ายโภชนาการ ฝ่ายกิจกรรมทางสุขภาพ เป็นต้น สปาประเภทนี้มักใช้เงินลงทุนสูง

ส่วนในสถานประกอบการสปาขนาดเล็กนั้น ผู้ดำเนินการสปาจะต้องรับภาระหน้าที่เกือบทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ในสปาขนาดเล็กจะมีเฉพาะส่วนต้อนรับ และส่วนบริการสปา ผู้ดำเนินการสปาจะต้องมีความรู้ความสามารถในทุกๆ ด้าน ทั้งทางด้านการตลาด การบริการ รวมทั้งทักษะการนัดต่างๆ ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจที่เข้ามาในหน่วยงานว่ามีความรู้มากน้อยเพียงไร

2.2.3.3 การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา ในการทำธุรกิจสปานั้น บุคลากรทุกส่วนมีความสำคัญต่างกันออกไปตามภาระหน้าที่ แต่โดยทั่วไปธุรกิจสปาที่มีบุคลากรที่มีสำคัญ 2 ส่วน คือ ผู้ดำเนินการสปา และผู้ให้บริการสปา ซึ่ง จะต้องมีการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จะเน้นในการพัฒนาผู้ดำเนินการสปา และผู้ให้บริการสปา ซึ่งเป็นบุคลากรที่จะต้องมีในสถานประกอบการทุกขนาดและทุกแบบ และถือว่าเป็นบุคลากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจสปา

การฝึกอบรมพนักงานนับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ การฝึกอบรมจะทำให้พนักงานแก่มีโอกาส

ได้พัฒนาความรู้ความสามารถที่ติดตลอดเวลา ทำนองเดียวกันพนักงานใหม่ก็จะมีโอกาสได้รับการฝึกฝนและพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในสังคมยุคปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทางวิชาการมาก การฝึกอบรมพนักงานจึงมีความสำคัญยิ่งกว่าแต่ก่อน

การฝึกอบรมพนักงานสำหรับธุรกิจสปา สามารถทำดังนี้

1) การฝึกอบรมโดยการเชิญหรือจ้างวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากภายนอก หรือผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขามาบรรยายและฝึกอบรมบุคลากร เช่น การสร้างความประทับใจในการให้บริการ การพัฒนาการบริหารอย่างมืออาชีพ การให้ความรู้แก่พนักงาน เช่น แพทย์ทางกายภาพบำบัด แพทย์แผนไทย วิทยากรที่มีความชำนาญด้านการนวด เป็นต้น เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้เป็นผู้ฝึกสอน ให้ความรู้และเทคนิคใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน ผู้ประกอบการสามารถเลือกหลักสูตรการอบรมที่เหมาะสมกับพนักงานได้เช่น การจัดให้พนักงานบริการเข้าอบรมในหลักสูตรการนวดน้ำมันเพื่อสุขภาพ หลักสูตรการดูแลสุขภาพด้วยวิธีการบำบัด หรือการจัดให้พนักงานต้อนรับเข้าอบรมในหลักสูตรการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เป็นต้น

2) การส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมกับหน่วยงานเฉพาะต่างๆ ส่วนจะจัดให้มีการฝึกอบรมบ่อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความพร้อมของสถานประกอบการแต่ละแห่ง แต่โดยทั่วไปแล้วจะจัดในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) เพื่อให้มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานน้อยที่สุด และยังเป็นโอกาสให้พนักงานได้เตรียมพร้อมก่อนให้บริการแก่ลูกค้าในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season)

3) การฝึกอบรมภายใน เช่น อบรมด้านการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ อบรมด้านการพัฒนาความคิด จิตใจและมุมมองของพนักงานเพื่อการใช้ชีวิตในการทำงานและชีวิตประจำวัน อบรมลักษณะงานภายในแผนก ควรจะมีการอบรมเป็นประจำทุกเดือน อบรมร่วมกับแผนกอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานอบรมพนักงานบริการให้มีวาทะศิลป์ในการพูดชี้แจงกับลูกค้าในรายละเอียดต่างๆ ที่ต้องการให้ลูกค้าทราบและให้ลูกค้าปฏิบัติตาม เช่น การบอกกล่าวให้ลูกค้านอนบนเตียง การนอนคว่ำ หรือนอนหงาย ชี้แจงให้ลูกค้ารับทราบว่าอุปกรณ์ภายในห้องทำทรีทเม้นต์แต่ละชนิดคืออะไร เช่น อ่างjacuzzi (Jacuzzi) สำหรับแช่และนวดตัวห้องอบซาวน่า (Sauna) สำหรับอบตัวเพื่อให้โลหิตไหลเวียน เป็นต้น

การเปิดหลักสูตรการอบรมวิธีการนวดเอง ผู้ประกอบการอาจเปิดรับสมัครผู้ที่สนใจจะทำงานในสปา แล้วทำการฝึกอบรมพนักงานเองจนครบหลักสูตรที่กำหนดไว้ จากนั้นจึงจัดให้พนักงานเข้าทำงานในสปาของตน กรณีที่ผู้ประกอบการมีความรู้ ความสามารถในการนวดอาจเปิดสอนความรู้ในธุรกิจสปาในรูปแบบของสถาบันได้ ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการได้มองหาผู้ที่มีความรู้ความสามารถเข้าร่วมงานด้วย

4) การพัฒนาบุคลากรด้านผู้ให้บริการสปา (Terapists) นั้น จะมีการพัฒนาและให้ความรู้ ทักษะเพิ่มเติมแก่ผู้ให้บริการสปาอยู่ 3 ด้าน คือ

- การฝึกอบรมด้านการนวด
- การอบรมความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ
- ศิลปะการให้บริการสปา

5) การอบรมความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ กิจการสปาเพื่อสุขภาพเป็นการให้บริการใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการ ในแต่ละวัน จึงเป็นอาชีพที่ต้องสัมผัสกับลูกค้า ดังนั้นจึงเป็นความเสี่ยงที่สามารถแพร่เชื้อ โรคระหว่างผู้ใช้บริการสปาได้ ผู้ให้บริการจึงต้องดูแลรักษาสุขภาพของตนเองให้สะอาดแข็งแรงอยู่เสมอ โดยมีหลักสุขอนามัยของผู้ให้บริการสปาในการปฏิบัติตนต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพอนามัยดีในระหว่างการปฏิบัติงาน ไม่ป่วยเป็นโรคติดต่อร้ายแรงในกรณีเจ็บป่วยจะต้องรักษาให้หายขาดจึงจะกลับมาปฏิบัติงานได้

พนักงานควรได้รับการอบรมเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ใหม่ ทักษะใหม่หรือศึกษาเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้นในความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานสิ่งต่างๆ ดังกล่าวจะช่วยทำให้แน่ใจได้ว่า พนักงานมีความรู้ความชำนาญที่แท้จริงในวิชาชีพ มีความสามารถสูงในการปฏิบัติงาน การทำงานร่วมกันจะก่อให้เกิดประสิทธิผลและยังถือได้ว่าเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจของพนักงานให้เพิ่มขึ้น

6) การควบคุมมาตรฐานในสปาจำแนกออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

(1) มาตรฐานบริการ รายการบริการทั่วไป

- สปาหน้า ได้แก่ การล้าง ขัด นวด ลอก ประคบ พอก บำรุง กระจกผิวหน้า
- สปาตัว ได้แก่ การอบ ขัด พอก นวด แช่ตัว
- สปามือ ได้แก่ การแช่ ขัด พอก นวด ประคบมือเท้า
- สปาเท้า ได้แก่ การแช่ ขัด พอก นวด ประคบเท้า
- สปาทรีทเมนต์ต่าง ๆ ในสปา ได้แก่ ทรีทเมนต์หน้า ทรีทเมนต์ตัว ทรีทเมนต์มือ ทรีทเมนต์เท้า

รายการบริการที่มีผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการให้บริการ แต่ละผลิตภัณฑ์ต้องมี

- มาตรฐานในการเก็บสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มน้ำมัน น้ำมันหอมระเหย ผ้ชนิดต่าง ๆ ที่ใช้ในสปา ใช้เทคนิค FIFO (First in first out)
- มาตรฐานการแบ่งบรรจุและเก็บรักษา ผลิตภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ต้องเก็บรักษาไว้ในตู้ที่สะอาด มิดชิด ปลอดภัย โรค และมี การควบคุมอุณหภูมิที่เหมาะสม

การคิดค่าบริการผู้ประกอบธุรกิจสปาจึงควรคำนึงถึงความพึงพอใจจ่ายของผู้รับบริการ
ด้วย ที่มาของค่าบริการสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ค่าฝีมือโดยเฉลี่ยคิดราคาชั่วโมงละ 300 บาท

ส่วนที่ 2 ค่าผลิตภัณฑ์คำนวณตามต้นทุนราคาผลิตภัณฑ์

(2) มาตรฐานบุคลากร

- การแต่งกาย สวมใส่เสื้อผ้า รองเท้า และถุงเท้า ควรเป็นสีขาวหรือสีที่แสดงถึงความสะอาด
- ไม่ใส่เครื่องประดับ หรือ สวมใส่เครื่องประดับน้อยชิ้น
- ผู้กรวบผมให้เรียบร้อย ไม่ปล่อยให้ผมตกลงมาปกหน้ารักษาความสะอาด
- มือและเล็บ และตัดเล็บให้สั้นอยู่ตลอดเวลา และควรรักษาความสะอาดภายในช่องปาก
- ดูแลอุปกรณ์และขวดผลิตภัณฑ์ให้สะอาดและเป็นระเบียบอยู่เสมอ
- มีมาตรการการฆ่าเชื้อโรคที่ถูกต้องและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
- เสื้อคลุม ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง ต้องสะอาด พับเก็บเรียบร้อย พร้อมใช้งาน
- แสงไฟในห้องบริการควรนุ่มนวลและไม่จ้าเกินไป

(3) มาตรฐานผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) มีชื่อผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ วัน เดือน ปี ที่ผลิต วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ คำเตือน เกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นต่ออนามัยของบุคคล
- พยายามควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เป็น First in first out
- จ่ายของตามใบเบิก ควรทำ Stock card เพื่อ spot check
- ตรวจสอบเช็ค stock ทุกๆ 3 เดือน และวัสดุที่เบิกควรบอกยอดการใช้ เช่น 1 กระป๋อง 10 ครั้ง
- อุปกรณ์ที่ใช้กับ ฟองน้ำ พายไม้ ด้วยแบ่งครีม หวี ต้องเข้าสู่อบข้างคืนไว้
- ผลิตภัณฑ์ต้องเก็บไว้ในพื้นที่ที่อุณหภูมิห้องเป็นมุมสำหรับเก็บผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะ เป็นบริเวณที่ไม่ถูกความร้อนหรือแสงแดดและห้องเก็บของไม่ควรอยู่ทางทิศตะวันตก
- อุปกรณ์และเครื่องมือต้องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

2.2.3.4 การผลิต / การบริการในธุรกิจสปา สปาเป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการเป็นหลัก ผู้ประกอบการควรมีความพร้อมและมีใจรักในการให้บริการ มีความเป็นกันเองและอัธยาศัยดี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะเป็จุดเริ่มต้นในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก โดยยึดหลักคุณภาพการบริการ (Service Quality) คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการสนองความต้องการของลูกค้าได้ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการ

จากการศึกษาของ ศาสตราจารย์ Berry L. และคณะ ในค.ศ. 1985 สรุปได้ว่าในการตัดสินระดับคุณภาพของการบริการลูกค้ามักจะพิจารณา 10 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability)
2. การสนองตอบความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)
3. ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)
4. การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (Access)
5. การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)
6. สื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หอมค้อสงสัย (Communication)
7. ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (Credibility)
8. ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (Security)
9. ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน (Customer Understanding)
10. ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibles)

สรุปงานบริการ คือ การกระทำที่เกิดขึ้นและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันที โคผู้รับบริการต้องสัมผัส และใช้บริการนั้นๆ ในเวลาเดียวกัน ซึ่งต่างจากการผลิตสินค้าที่ผลิตแล้วยังมีเวลาตรวจสอบ ทดแยกชิ้นที่ไม่ดีออก หรือปรับปรุงชิ้นที่ไม่ดีให้กลับดี คุณภาพการบริการจึงต้องวัดกันที่ความประทับใจของลูกค้าหลังจากลูกค้าได้สัมผัสกับการบริการของเราแล้ว ความประทับใจของลูกค้ามีทั้งบวกอยากมาใช้บริการอีก กับความประทับใจเป็นลบนอกจากไม่ยอมมาใช้บริการอีก แม้จะมีการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ในบางครั้งลูกค้าก็ยังพูดถึงอย่างติดลบต่อไปอีกนาน

ขั้นตอนการให้บริการ สปาจัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสปา ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้ขั้นตอนในการให้บริการสปา มี ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การต้อนรับลูกค้า เมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ พนักงานต้อนรับควรจออกไปต้อนรับลูกค้าทันทีที่ลูกค้าเข้ามาในบริเวณสปา กล่าวคำทักทายพร้อมด้วยรอยยิ้มและยกมือไหว้

หากต้อนรับลูกค้ารายอื่นอยู่ หรือกำลังรับโทรศัพท์อยู่ ให้แสดงอาการรับรู้การมาถึงของลูกค้าใหม่ โดยการสบสายตาและรอยยิ้มต้อนรับ หากลูกค้าที่มาใช้บริการได้มีการนัดหมายไว้ล่วงหน้า พนักงานต้อนรับควรทำเครื่องหมายลงในสมุดนัดเพื่อแสดงว่าลูกค้าที่นัดไว้มาถึงแล้ว และยืนยันกับลูกค้าถึงรายละเอียดของทริทเมนต์ที่ได้นัดไว้ จากนั้นเชิญลูกค้าไปที่ตัวนพิก่อน พร้อมทั้งบริการเครื่องดื่ม เช่น น้ำผลไม้ หรือชาสมุนไพร และแจ้งผู้ให้บริการสปาว่าลูกค้ามาถึงแล้ว ถ้าเป็นลูกค้าใหม่ให้จดบันทึกข้อมูลส่วนตัวลงในใบประวัติ ควรสอบถามว่าต้องการใช้บริการประเภทใด จากนั้นจึงแนะนำบริการต่างๆ และควรถามว่ามีปัญหาด้านสุขภาพหรือไม่ เคยแพ้ผลิตภัณฑ์หรือสมุนไพรหรือไม่ ถ้าเป็นลูกค้าประจำ ควรสอบถามว่าต้องการใช้บริการประเภทใด และแนะนำรายการส่งเสริมการขายเมื่อลูกค้าเลือกรูปแบบบริการแล้ว จึงเชิญลูกค้าเปลี่ยนเสื้อผ้าก่อนเข้าสู่ห้องบริการ

สรุปได้ว่า หลังจากลูกค้าเข้ามาในสปา นอกเหนือจากการต้อนรับโดยทั่วไปแล้ว สิ่งที่ลูกค้าควรได้พบ คือ บรรยากาศอันอบอุ่นและผ่อนคลาย การใช้เครื่องหอมอ่อนๆ ในสปา จะช่วยสร้างบรรยากาศให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันนิยมใช้น้ำมันหอมระเหย แต่ต้องแน่ใจว่ากลิ่นที่เลือกใช้จะช่วยส่งเสริมความรู้สึกสบาย ผ่อนคลายอย่างแท้จริง ไม่ควรเลือกเพราะกลิ่นหอม หรือความชอบส่วนตัว เพราะอาจจะเป็นกลิ่นที่มีฤทธิ์กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกตื่นตัวมากเกินไป และการเลือกใช้จะต้องแน่ใจว่าเป็นกลิ่นหอมบริสุทธิ์ที่สกัดมาจากธรรมชาติ ไม่ควรเลือกใช้กลิ่นสังเคราะห์ หรือสารสกัดที่ไม่บริสุทธิ์ ทั้งนี้เพราะทฤษฎีของการใช้น้ำมันหอมระเหย กล่าวว่า การสูดดมจะได้ผลเร็วที่สุด เพราะกลิ่นจะช่วยส่งผลต่อสมองทันที การใช้น้ำมันหอมระเหยเป็นการบำบัดเรียกว่า อโรมาเธอราพี ซึ่งในสปานอกเหนือจากการที่ลูกค้าได้รับการบำบัด ตั้งแต่ก้าวแรกเมื่อเข้ามาในสปาแล้ว ยังจะได้รับการบำบัดจากทริทเมนต์อโรมาเธอราพี

ขั้นตอนที่ 2 การจัดเตรียมวัสดุต่างๆ ให้กับลูกค้า เมื่อจากลูกค้าเข้ามาในสปา ลูกค้าควรจะได้พบบรรยากาศอบอุ่นและผ่อนคลาย การใช้เครื่องหอมอ่อนๆ เช่น น้ำมันหอมระเหย จะช่วยสร้างบรรยากาศให้ดี การใช้น้ำมันหอมระเหยเป็นการบำบัดที่เรียกว่าอโรมาเธอราพี (Aromatherapy) ซึ่งเทคนิคที่อาจเลือกใช้ในสปา คือ การบริการเครื่องเค็มชาร้อนจะช่วยล้างสารพิษภายในทุกครั้งหลังการทำทริทเมนต์ การแช่เท้าจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกสบายได้ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา เช่น ด้านที่พัก ด้านโภชนาการ ด้านการออกกำลังกาย

ขั้นตอนที่ 3 การให้บริการลูกค้าในเบื้องต้นนั้น ควรมีการเตรียมความพร้อมก่อนให้บริการในสปาจะต้องมีการซักถามข้อมูลสุขภาพของลูกค้าก่อนที่จะเข้ารับบริการ และข้อมูลการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การออกกำลังกาย เพื่อให้รู้ว่าลูกค้ามีโรคประจำตัวอะไรหรือไม่ เพราะทริทเมนต์บางอย่างไม่เป็นผลดีกับคนที่มีโรคประจำตัว เช่น โรคลมชัก โรคหัวใจ กระดูกหัก หรือ

เป็นโรคภูมิแพ้ เช่นแพ้ฝุ่น แพ้ น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น ดังนั้น ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นครั้งแรก จะต้องกรอกข้อมูลส่วนตัวเพื่อให้ทางสปาเก็บไว้เป็นรายละเอียดประวัติลูกค้า พนักงานต้อนรับต้องแนะนำชื่อลูกค้าแก่ผู้ให้บริการสปา และแจ้งให้ผู้ให้บริการสปาทราบต่อหน้าลูกค้าว่าทรีทเมนต์ที่จองไว้เป็นทรีทเมนต์อะไร และลูกค้าต้องการอะไรเป็นพิเศษ ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการ หลังจากนั้นพาลูกค้าไปยังห้องทรีทเมนต์ หรือห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ให้เดินนำหน้าลูกค้าเล็กน้อยอย่าเดินเร็วหรือเดินตามหลังลูกค้า

สรุปได้ว่า เมื่อลูกค้าเข้าไปในห้องทรีทเมนต์ นอกจากหนี้อจากความสะดวกสบาย และสะอาดถูกสุขอนามัยตามมาตรฐานของสปาโดยทั่วไปแล้ว ควรจะต้องได้พบกับบรรยากาศการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากผู้ให้บริการสปา การดูแลเอาใจใส่ด้วยมารยาทอันดี สุขภาพและรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าตลอดเวลาของการทำทรีทเมนต์ สิ่งที่สำคัญมากที่สุด คือ ผู้ให้บริการสปาได้ดูแลให้ความสะดวกแก่ลูกค้าระหว่างการทำทรีทเมนต์และปฏิบัติตามมาตรฐานของสปา ซึ่งประกอบด้วย การอธิบายขั้นตอนการทำงานอย่างละเอียด ให้ลูกค้าได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ รักษาความเป็นส่วนตัว บริการด้วยความระมัดระวัง และสุภาพ และจัดลูกค้าให้นอนในท่าที่สบาย และใช้หมอนหรือผ้าขนหนูรองเมื่อจำเป็น

ขั้นตอนที่ 4 การรับชำระเงินจากลูกค้า เมื่อให้บริการเสร็จแล้ว พนักงานจะเชิญลูกค้าเปลี่ยนเสื้อผ้า และไปยังส่วนพักผ่อนในบริเวณที่จัดไว้ไม่ไขว้ในห้องทรีทเมนต์ และลูกค้าสามารถนั่งได้นานตามที่ต้องการ พร้อมทั้งจะบริการเครื่องดื่มในบริเวณนี้ หากลูกค้าไม่ต้องการนั่งพัก ให้เสิร์ฟเครื่องดื่มที่บริเวณต้อนรับก็ได้ จากนั้นเชิญลูกค้าชำระค่าบริการที่แคชเชียร์ จัดการกับการชำระเงินของลูกค้าให้เป็นไปอย่างสะดวก พยายามเตรียมรายละเอียดไว้ให้เรียบร้อย ก่อนลูกค้ามาถึงบริเวณ Reception และต้องแน่ใจว่าลงได้ลงรายการทุกอย่างที่ลูกค้ามาใช้บริการ เพื่อป้องกันข้อถกเถียงที่อาจมีขึ้นในภายหลัง

ขั้นตอนที่ 5 การส่งลูกค้า หลังจากลูกค้าชำระค่าบริการแล้ว เมื่อลูกค้าจะเดินทางกลับ พนักงานต้อนรับจะต้อง ออกมาส่งลูกค้า พร้อมกับกล่าวขอบคุณ พร้อมทั้งเชิญมาใช้บริการใหม่ ควรเก็บข้อมูลของลูกค้าทั้งหมดที่เพิ่งแล้วเสร็จลงในบันทึกประวัติลูกค้าทันที หากถ้าลูกค้ามีข้อคิดเห็นใดๆ ให้ผู้จัดการสปานำมาพิจารณาทันที เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงการทำงานครั้งต่อไป

การจัดหาสินค้าและวัตถุดิบ วัตถุดิบสำคัญในการให้บริการ คือ น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ (Essential Oil) และน้ำมันที่ใช้สำหรับผสม (Base Oil) ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะต้องสั่งนำเข้าน้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์จากต่างประเทศ ซึ่งจะต้องขอใบอนุญาตนำสินค้าเข้าประเทศจากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ส่วนน้ำมันสำหรับใช้ผสม ผู้ประกอบการสามารถนำสมุนไพรไทยมาใช้ได้ แต่ต้องพิจารณาและศึกษาด้วยว่าสมุนไพรไทยชนิดใดสามารถนำมาใช้กับหัวน้ำหอม

ชนิดต่างๆ ได้บ้าง เพื่อพัฒนาให้เกิดความกลมกลืนก่อนนำมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งสมุนไพรไทยต่างๆ นั้น ผู้ประกอบการสามารถหาซื้อได้จากสมาคมแม่บ้าน หรืองานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น ส่วนน้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ที่ต้องนำเข้านั้น ผู้ประกอบการควรเลือกผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตที่ได้รับการยอมรับในคุณภาพและคุณสมบัติของวัตถุดิบนั้น

รายการวัสดุ วัตถุดิบ และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในสปา ผู้ประกอบการควรเลือกซื้อเฉพาะสิ่งที่จะต้องใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้าเท่านั้น

รายการที่ 1 รายการวัสดุเครื่องใช้ในสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ เครื่องแบบพนักงาน แก้วน้ำ ผ้าคลุมเตียงหรือเบาะสำหรับการนวดตัว ผ้าขนหนูขนาดต่างๆ ไม้กวาดผ้าเท้าทางงในกระดาด สำลีสื่อสำลีสักยัน หมวกคลุมผม กระดาษทิชชู ผ้าปิดจมูก ผ้ากันเปื้อนพนักงานพลาสติกปูเตียง ชุดผ้าสมุนไพรห้องอบไอน้ำ ผ้ารองหมอน ฟองน้ำเช็ดหน้า ยาสระผม ครีมนวด แป้งฝุ่น แปรงหวีผม อ่างแช่เท้า ถังขยะ ซาสมุนไพร ชุดเปลี่ยนสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ชุดเครื่องนอน ปลอกหมอน และหมอนเพื่อสุขภาพ

รายการที่ 2 รายการวัตถุดิบที่ใช้ในสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ มะขามอบแห้งผงขมิ้น นมสด มะเขือเทศ แดงกวา น้ำผึ้ง ลูกประคบ ไพล ยาหม่อง น้ำมันไทยกายานกลืนต่างๆ สมุนไพรรวมสำหรับอบตัว เกือบขัดตัว ครีมขัดผิว น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์กลิ่นต่างๆ น้ำมันนวด ครีมมาร์ควิตามินบำรุงผิว ครีมบำรุงผิว เซรั่มบำรุงผิว โลชั่นปรับสภาพผิว ครีมคลายกล้ามเนื้อ น้ำมันสำหรับใช้ผสม วัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมชนิดสด เช่น สมุนไพรต่างๆ ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากทะเล เช่น สาหร่ายทะเล เปลือกหอย

รายการที่ 3 รายการอุปกรณ์ที่ใช้ในสปาเพื่อสุขภาพ เช่น อ่าง Jacuzzi Steam Room Micro Bath ตะเกียงน้ำมันหอมระเหย ล็อกเกอร์เก็บของลูกค้า หม้ออุ่นลูกประคบเครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ เครื่องขยายเสียง ครัวเป่าผม เครื่องทำน้ำร้อน น้ำเย็นเครื่องทำน้ำอุ่น ฝักบัวอาบน้ำ เบาะ ฟูก ที่นอน ขนาดต่างๆ เตียงให้บริการขนาดต่างๆ เตียงนวดเท้า ชุดรับแขก โต๊ะทำงาน ชั้นวางรองเท้า ตู้เก็บวัตถุดิบ ตู้เย็น ชั้นวางวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องกรองน้ำ หม้ออุ่นลูกประคบ

การจัดหาและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบสำคัญในการให้บริการสปา คือ น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ (Essential Oil) และน้ำมันสำหรับใช้ผสม (Bass Oil) กรณีที่ผู้ประกอบการสั่งนำเข้าน้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ จากต่างประเทศควรเลือกผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตที่ได้รับการยอมรับในคุณภาพ และคุณสมบัติของวัตถุดิบนั้นๆ ผู้ประกอบการอาจนำสมุนไพรมาใช้ผสมได้ แต่ต้องศึกษาด้วยว่าสมุนไพรไทยชนิดใดสามารถนำมาใช้กับน้ำมันหอมระเหยชนิดใดได้บ้าง เพื่อพัฒนาให้เกิดความกลมกลืนก่อนนำมาใช้ให้บริการลูกค้า

การเก็บรักษาน้ำมันหอมระเหย น้ำมันหอมระเหยแม้จะให้กลิ่นหอมแต่ก็ระเหยเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในที่เปิดโล่ง การเก็บรักษาน้ำมันหอมระเหยเพื่อให้คงคุณสมบัติที่ดี และมีอายุการใช้งานนานขึ้น ผู้ประกอบการควรเก็บน้ำมันหอมระเหยไว้ในที่มีด เช่น ในขวดสีชาที่ปิดปากขวดแน่น อากาศไม่สามารถผ่านเข้าไปได้ และหลีกเลี่ยงไม่ให้โดนแสงสว่างหรือความร้อน

การเก็บรักษาสมุนไพร สมุนไพรสดที่นำมาใช้ในการให้บริการ เช่น ขมิ้น ไพร ว่าน หางจรเข้ มะกรูด หากเก็บไว้นานคุณภาพของสมุนไพรอาจลดลงหรือเสื่อมสภาพได้ เช่น ขึ้นรา สี และกลิ่นเปลี่ยนไป เป็นต้น การเก็บรักษาสมุนไพรเพื่อให้คงคุณสมบัติที่ดี และมีอายุการใช้งานนานขึ้น ผู้ประกอบการควรเก็บในรูปของสมุนไพรแห้ง เพื่อป้องกันการขึ้นรา สถานที่จัดเก็บจะต้องแห้ง เย็น การถ่ายเทของอากาศดี และควรจัดเก็บสมุนไพรสำหรับการจัดตัว จัดหน้า แยกไว้เป็นส่วน เพื่อป้องกันความสับสนในการใช้งาน

2.2.3.5 การจัดการตลาดธุรกิจสปา ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในปัจจุบัน บริการในสปาดั้งเดิมเป็นการบำบัดรักษาโรคด้วยน้ำพุร้อนซึ่งเป็นน้ำแร่ และได้พัฒนามาตามลำดับจนมีรูปแบบการบริการที่หลากหลายอยู่ในปัจจุบัน โดยไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นการบำบัดที่เกี่ยวข้องกับน้ำ แต่จะเน้นการบำบัดทางธรรมชาติ

การตลาดธุรกิจสปา การวางแผนการตลาดในธุรกิจสปา ถือเป็นหัวใจสำคัญของผู้จัดการสปา ที่จะทำให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องวางแผนกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดในธุรกิจสปา และบุคลากร สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ได้แบ่งส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาโดยแบ่งได้เป็นลักษณะเฉพาะของธุรกิจสปาได้ดังนี้

1) ด้านการบริการ บริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะอาด ความรวดเร็ว ความสบายตัว สบายใจ เป็นต้น บริการในแต่ละธุรกิจจะมี 3 ประเภท คือ บริการหลัก บริการเสริม และบริการอื่นๆ สำหรับในธุรกิจสปา บริการหลัก คือ ฟิ้นฟูสุขภาพโดยใช้การนวดนวดนวดหรือจากูซซี่ บริการเสริมก็เป็นเรื่องของอาหาร เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และบริการอื่นๆ ก็เป็นการเสริมความงาม

บริการสปาประกอบด้วยรูป รส กลิ่นเสียง และสัมผัส การจัดการในแต่ละด้านจะต้องแตกต่างกัน การออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของการให้บริการก็แตกต่างกัน ผู้บริหารสปาจำเป็นต้องรู้องค์ประกอบแต่ละด้านว่าต้องมีการดูแลให้เกิดความเรียบร้อย และนำเสนอต่อผู้มาใช้บริการอย่างไร

- การจัดการด้านรูปแบบ หรือบรรยากาศภายในของสปา (Sight or Ambient) การดูแลความเรียบร้อยภายในสปาและความสวยงามของสถานที่ทั้งภายในและภายนอกทำให้เกิดความแตกต่าง และบ่งบอกถึงระดับของสปานั้นๆ

- การจัดการด้านรส จะต้องถูกสุขอนามัย โดยเน้นถึงความสะอาดของอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ประกอบให้บริการ การรับประทาน หรือการดื่มสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็นเครื่องดื่ม หรืออาหารต้องเน้นถึงหลักโภชนาการ

- การจัดการด้านกลิ่น เป็นหัวใจสำคัญของสปา เพราะการบำบัดแบบองค์รวม จะต้องสร้างความสมดุลทั้งกาย ใจ จิตวิญญาณ กลิ่นมีผลต่อระบบการหายใจ (Respiratory System) ระบบย่อยอาหาร (Digestive System) ระบบความจำ (Memory System) โดยเฉพาะการควบคุมอารมณ์ นอกจากนั้นก็จะช่วยในการป้องกันเชื้อแบคทีเรีย แต่ต้องระวังในการเลือกใช้กลิ่น โดยต้องเลือกกลิ่นเฉพาะน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากธรรมชาติเท่านั้น อย่าใช้น้ำหอมที่มาจากสารสังเคราะห์ที่มีลักษณะกลิ่นที่เหมือนกับดอกไม้หรือสมุนไพร

- การจัดการด้านเสียง เสียงเพลงที่ใช้ในสปาจะเป็นเพลงบำบัด ที่มีผลโดยตรงต่อการเดินของหัวใจ และทำให้ผู้ฟังมีอาการที่ผ่อนคลาย เสียงธรรมชาติหรือดนตรีบรรเลงมักจะถูกนำมาใช้ในสปา ดนตรีบำบัดจะใช้การผสมผสานของท่านอง จังหวะ และการประสานเครื่องดนตรี

- การจัดการด้านสัมผัส ถือเป็นสิ่งที่ขาดเสียมิได้ของสปา เพราะรายได้กว่าร้อยละ 70 มาจากการนวด ผู้บริหารสปาจะต้องรู้ถึงประโยชน์ของการนวดในแต่ละชนิด ข้อพึงระวังในการนวด ข้อห้ามสำหรับบุคคลบางประเภทที่จะต้องห้ามนวด ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำมันหอมระเหยที่ใช้ผสมในน้ำมันนวด

การบริการพื้นฐานในสปา 3 รูปแบบ ในการบำบัดที่นำเสนอในสปาแต่ละแห่งมีความหลากหลายเมื่อรวบรวมจากบริการที่มีอยู่ในสปาที่แพร่หลายและอยู่ในลักษณะธรรมชาติบำบัดที่ผู้ประกอบการจัดไว้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบดังนี้

รูปแบบที่ 1 การบำบัดด้วยมือ การบำบัดด้วยมือหรือการนวด ถูกนำมาใช้ในสปาแทบทุกแห่ง การนวดจัดเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของแต่ละชาติ มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป การสัมผัสไปตามกล้ามเนื้อหรือจุดต่างๆ บนร่างกายในลักษณะของการนวด จะช่วยให้ร่างกายจิตใจ และอารมณ์ได้รับการผ่อนคลาย ช่วยเสริมพลังกาย พลังใจ ช่วยระบบการไหลเวียนของโลหิต ระบบการทำงานของกล้ามเนื้อและระบบประสาท ช่วยในการสลายอาหาร กำจัดของเสียตลอดจนบรรเทาอาการปวดหลัง การนวดที่มีให้บริการในสปา เช่นการนวดแบบไทย การนวดแบบสวีดิช การนวดหน้า

การนวดศีรษะ การนวดฝ่าเท้า รวมถึงการนวดด้วยสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหย เป็นต้น โดยมีรายละเอียดของการนวดด้วยมือแต่ละประเภทดังนี้

ประเภทที่ 1 การนวดแบบไทย (Thai Massage) เป็นการแพทย์แผนไทยที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ คนสมัยก่อนเชื่อว่า ร่างกายคนเราประกอบด้วย ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม ธาตุไฟ และอากาศธาตุ หากมีธาตุใดธาตุหนึ่งเสียไป ก็จะก่อให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บได้ง่าย โดยเฉพาะธาตุอากาศ ถือว่าเป็นธาตุที่สำคัญที่มีความสำคัญกับการจับ การตรวจชีพจรที่ข้อมือ หน้าท้อง ในขณะที่เกิดอาการเจ็บป่วย เพื่อกำหนดว่าจะต้องนวดที่จุดใด จึงจะบำบัดอาการดังกล่าวได้

ประเภทที่ 2 การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) เป็นการนวดเพื่อกระตุ้นระบบการหมุนเวียนของโลหิตที่ผิวหนัง โดยใช้เทคนิคการถูบไล้ไปตามกล้ามเนื้อ การเคาะ เพื่อกระตุ้นระบบประสาท และการเขย่าเป็นจังหวะ ปัจจุบันมีการนำพฤษภาน้ำมันเข้ามาประกอบในการนวดด้วย เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความผ่อนคลายทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์

ประเภทที่ 3 การนวดฝ่าเท้า (Reflexology) เป็นศาสตร์และศิลป์เก่าแก่อีกแขนงหนึ่งในการแพทย์ทางเลือก เนื่องจากฝ่าเท้าเปรียบเสมือนกระจกเงาสะท้อนภาพ ตำแหน่งอวัยวะสำคัญทุกแห่งของร่างกาย การนวดฝ่าเท้าจึงเป็นการกระตุ้นการทำงานของระบบต่างๆ ในร่างกาย และสามารถแก้ไขปัญห สุขภาพได้ในระดับหนึ่ง เช่น ภาวะท้องผูก หอบหืด ความเครียด ปวดศีรษะ ไมเกรน เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 สุนทรบำบัด (Aromatherapy) การผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากความตึงเครียดให้กลับคืนสู่ความสมดุลด้วยกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหย ซึ่งสกัดจากดอกไม้หรือพืชบางชนิดที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น กระดังงา ลาเวนเดอร์ และน้ำมันที่ได้มานวดตัว หรือเผาไฟให้เกิดกลิ่นหอมสำหรับใช้สูดดม กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยที่กระจายรอบตัวผู้ใช้บริการ จะช่วยกระตุ้นสมองในส่วนที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอารมณ์ ช่วยลดความกังวลใจ ปัจจุบันคนส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพกาย และสุขภาพใจมากขึ้น กระแสความนิยมการกลับสู่ธรรมชาติสุนทรบำบัดจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการนำพืชหรือสมุนไพรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งทางร่างกายจิตใจ ด้วยการนวด การประคบ การอาบน้ำ ฯลฯ โดยประโยชน์ที่ได้รับคือ การลดสารพิษในกระแสโลหิต และเซลล์ผิว เสริมภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย เพื่อให้สอดคล้องกับคุณภาพทางอารมณ์และจิตใจ ระงับอาการระวนระวาย และความอ่อนล้าทางใจ ช่วยเสริมสร้างสมาธิการทำงาน และช่วยให้ร่างกายและสมองสดชื่นแจ่มใส

รูปแบบที่ 3 วารีบำบัด (hydrotherapy) เป็นรูปแบบของการใช้น้ำเพื่อผ่อนคลายร่างกาย และรักษาสุขภาพ โดยใช้น้ำกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต บรรเทาอาการปวด ปัจจุบันวารีบำบัดได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเพราะเป็นทางเลือกหนึ่งในการเยียวยาตามวิถีชีวิต ซึ่งวิธีการบำบัดที่

ได้รับความนิยมน้อยลงมากมี 2 รูปแบบ คือ วารีบำบัดในส่วนของการออกกำลังกายใต้น้ำ และ วารีบำบัดในส่วนของการอาบน้ำ ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การแช่หรืออาบน้ำ การฉีดน้ำ การอบด้วยไอน้ำ การประคบ การห่อด้วยผ้าเย็น เป็นต้น

นอกจากบริการพื้นฐานทั้ง 3 รูปแบบตามที่กล่าวมาแล้ว ผู้ประกอบการบางรายอาจ จัดให้มีบริการอื่นๆควบคู่กันไปด้วย เช่น โภชนาการบำบัด หรือการกินอาหารเพื่อสุขภาพ เน้น สารอาหารจากธรรมชาติปราศจากสารเคมี การออกกำลังกายบำบัด ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น แอโรบิก โยคะ ไทเก๊ก เป็นต้น โดยจัดให้มีครูฝึกคอยให้คำแนะนำที่ถูกต้อง คนตรีบำบัด การใช้เสียงเพลงที่ทำให้เกิดการผ่อนคลาย และช่วยยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น

การสร้างความแตกต่างในธุรกิจสปา รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นองค์ประกอบหลักที่ธุรกิจสปาพึงมีเพื่อความสมบูรณ์ ส่วนการจะมีอะไรเป็นทุนนั้น เป็นข้อได้เปรียบทางธุรกิจ แต่พึงหาสิ่งอื่นให้ครบถ้วน เช่น ธุรกิจสปาที่อุบลราชธานีได้เปรียบในเรื่องน้ำ จึงเห็นว่าทะเลสาบและทราย เป็นจุดขายของสปาอันดามัน ขณะที่เชียงใหม่มีข้อได้เปรียบในเรื่องของความงามตามธรรมชาติของป่าเขาที่อุดมสมบูรณ์ มีสี่พัน สายลม มีเสียงนกร้อง มีอากาศร่มเย็น มีแนวคา เมื่อเสริมด้วยการมีจิตใจที่อ่อนโยน จึงเป็นข้อได้เปรียบในการสร้างสัมผัสที่มีเสน่ห์ เป็นต้น

ธุรกิจสปาหลายแห่งสร้างความแตกต่าง โดยการนำกระบวนการของตะวันตกและ ตะวันตกมาผสมกัน สร้างบุคลิกของตนเองในการบริการ เน้นกริยามารยาทของพนักงาน ความ เป็นอยู่แบบไทยปรับแต่งให้ดูถูกใจลูกค้าต่างชาติ ผู้ประกอบการหลายรายที่เห็นตัวอย่าง หรือศึกษา เรียนรู้จากตำราตะวันตก สร้างบุคลิกธุรกิจสปาแบบตะวันตก หรืออาจผสมผสานวิธีการแบบไทย จนเป็นไทยสปา หรือบางรายอาจศึกษามาจากวัฒนธรรมไทยแท้ จากวัฒนธรรมภูมิปัญญาพื้นบ้าน จัดเป็นธุรกิจที่มีผู้ให้คำจำกัดความว่า ไทยสปา

2) ด้านการกำหนดอัตรค่าบริการ การกำหนดราคาแต่ละโปรแกรม ในการให้บริการลูกค้าต้องคำนึงถึงต้นทุนการดำเนินงานค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น อาจทำได้หลายวิธี เช่น การตั้งราคาจากต้นทุนบวกด้วยกำไรที่ต้องการ หรือตั้งราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น บางรายอาจ ใช้เกณฑ์การตั้งราคาโดยสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่แท้จริง สปาที่มี ลักษณะเหมือนกันอาจมีการตั้งราคาที่แตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของกิจการ ในการกำหนด กลยุทธ์อาจใช้วิธีลดราคาบริการเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายก็เป็นที่ยอมรับกันมาก การกำหนดราคา สะท้อนถึงผลที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าใช้บริการสปา การกำหนดอัตรค่าบริการใน ธุรกิจสปาในปัจจุบันมีความหลากหลายมาก จนไม่สามารถกำหนดเป็นราคามาตรฐานได้ แต่

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรนำมาพิจารณาในการกำหนดราคาค่าบริการสปาขององค์กร ควรมีดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ต้นทุนการดำเนินงาน เป็นที่รู้กันว่า ต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจสปาบางรายการมีราคาค่อนข้างสูง เช่น ค่าเช่าสถานที่ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการ ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างพนักงาน เป็นต้น ผู้ประกอบการควรนำต้นทุนที่เกี่ยวข้องเหล่านี้มาพิจารณาประกอบการกำหนดอัตราค่าบริการด้วย เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสปาสามารถสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการได้

การคำนวณหรือประมาณการต้นทุนออกมาให้ชัดเจนว่าต้นทุนของเป็นเท่าไร ราคาที่ตั้งต้องไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตของสินค้า โดยต้องคำนวณให้ครบทุกปัจจัย ทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร สามารถใช้สูตรง่ายๆ ในการคำนวณราคา ดังนี้

$$\text{ราคาขาย} = \text{ต้นทุน} + (\text{อัตราร้อยละกำไรที่ต้องการ} \times \text{ต้นทุน})$$

เป็นการคำนวณราคาเบื้องต้นที่ต้องการ โดยยังไม่พิจารณาองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น คู่แข่ง ราคาตลาด ภาพลักษณ์ที่ต้องการและอื่นๆ

ปัจจัยที่ 2 สภาพการแข่งขันในตลาด ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทยจะมีนักลงทุนต่างชาติเข้ามามีบทบาททางการตลาดเพื่อขึ้นการแข่งขันทางธุรกิจจึงมีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการมักจะมีธุรกิจหลักดั้งเดิมอยู่แล้ว เช่น ธุรกิจเสริมความงาม ธุรกิจด้านการแพทย์ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ด้านความงาม และใช้ฐานการตลาดของธุรกิจเดิมที่มีอยู่ขยายขอบข่ายให้กว้างขึ้น ผู้ประกอบการพยายามสร้างจุดขายให้โดดเด่นให้แตกต่างจากคู่แข่งเช่น การบริการสปาส่งตรงถึงบ้าน โปรแกรมดูแลสุขภาพตนเองหลักการตลอดบุตร การบริการสปาในรูปแบบผสมผสานบริการด้านการแพทย์เข้ากับการบำบัดทางธรรมชาติ และการส่งเสริมความงาม บางรายก็มีการดึงผู้ประกอบการจากต่างประเทศเข้ามาให้บริการ

อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจนี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการบริหารธุรกิจสปา ซึ่งยังไม่เพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของสถานบริการ ทำให้เกิดปัญหาการแย่งตัวบุคลากรด้วยการเสนอผลตอบแทนที่สูง และการขาดแคลนบุคลากรด้านการบริการหรือพนักงานบำบัด (Spa therapist) ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพบุคลากรให้มีความรู้และความชำนาญในการให้บริการ โดยส่งบุคลากรเหล่านี้ไปอบรมในหน่วยงานหรือสถาบันที่เปิดสอนหลักสูตรด้านการบริหารธุรกิจสปาและการนวด

ธุรกิจสปากำลังเติบโตและได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้สนใจใช้บริการ ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาตลาดของธุรกิจให้ถี่ ทั้งสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ตลอดจนศักยภาพของกลุ่มแข่ง เพื่อตัดสินใจกำหนดอัตราค่าบริการในราคาที่เหมาะสม

ปัจจัยที่ 3 สภาพเศรษฐกิจ ภาวะเศรษฐกิจในแต่ละช่วงมีผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจด้วยเช่น ในภาวะเงินฝืดค่าบริการจะต่ำกว่าปกติ เนื่องจากลูกค้ามาใช้บริการน้อยลง เป็นต้น

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย / สถานที่ ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เส้นทางที่การบริการนั้นจะส่งผ่านไปยังผู้บริโภค สำหรับบริการสปานั้นจะสามารถส่งบริการถึงผู้บริโภคได้ 3 ช่องทาง คือ

ช่องทางที่ 1 การให้บริการผ่านร้าน ซึ่งเป็นแบบที่ทำกันมานานแล้ว โดยผู้บริโภคที่ต้องการใช้บริการก็สามารถไปที่ร้านได้ทันที

ช่องทางที่ 2 การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการแบบนี้เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า เช่น Spa at Home

ช่องทางที่ 3 การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ ซึ่งเริ่มมีมากขึ้นสำหรับธุรกิจสปา

การเลือกสถานที่ในการดำเนินธุรกิจสปา ผู้ประกอบการควรพิจารณาให้รอบคอบทั้งทำเลที่ตั้ง การออกแบบ การจัดสรรพื้นที่ และการตกแต่ง

ทำเลที่ตั้งในการทำธุรกิจสปา การเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับการดำเนินธุรกิจสปาเป็นสิ่งสำคัญในการได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ผู้ประกอบการควรเลือกสถานที่ที่อยู่ในทำเลที่การคมนาคมสะดวก มีพื้นที่สำหรับจอดรถยนต์ สามารถมองเห็นและเข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะผู้สัญจรไปมา เลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจอาคารสำนักงาน สถานที่ที่มีที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ และชุมชนเมืองที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอาศัยอยู่ ถือว่าเป็นทำเลที่ดีเพราะผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง

สปาที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่เป็นสปาในโรงแรมและ รีสอร์ทชั้นนำ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นระดับกลางขึ้นไป สถานที่ตั้งจึงเหมาะที่จะอยู่ภายในโรงแรมและรีสอร์ท หรืออยู่ย่านธุรกิจใจกลางเมือง เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ ในส่วนของเคย์สปา เมคิคัล สปา เคนเท็นชันสปา ที่ต้องการแข่งขันกับสปาในโรงแรมก็ควรต้องให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลเช่นเดียวกัน ส่วนการเช่าพื้นที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าที่มีปริมาณลูกค้ามาก ๆ จะเป็นสิ่งหนุน

ทำให้มีปริมาณจำนวนลูกค้ามากตามไปด้วย โดยเฉพาะเรื่องของความสะดวกสบายของการเดินทาง และการเข้าถึง โดยปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจสปา มีดังนี้

ปัจจัยที่ 1 สภาพแวดล้อม ที่ตั้งของสถานบริการสปาควรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีบรรยากาศของความเป็นส่วนตัว ผู้คนไม่พลุกพล่านจนเกินไป ไม่อยู่ติดถนนใหญ่ หรือในซอยลึกจนเกินไป สภาพแวดล้อมที่มีส่วนช่วยสร้างความประทับใจให้ลูกค้ามาใช้บริการได้

ปัจจัยที่ 2 ความปลอดภัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าพิจารณาก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น ทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปาควรสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ว่า เมื่อเข้าใช้บริการสปาแล้วจะได้รับความปลอดภัย เช่น ที่จอดรถอยู่ไม่ไกลจากสถานสปาหรือมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ปัจจัยที่ 3 ระบบสาธารณูปโภค การดำเนินธุรกิจสปา ผู้ประกอบการจะต้องใช้ไฟฟ้า และน้ำประปาตลอดเวลา จึงต้องพิจารณาด้วยว่า สถานที่หรือทำเลที่สนใจนั้น มีปัญหาด้านระบบสาธารณูปโภคหรือไม่ เพราะหากมีปัญหาในด้านนี้บ่อยๆ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการได้

ก่อนที่ผู้ประกอบการจะเลือกทำเลที่ตั้ง ควรวางโครงการไว้ก่อนว่าต้องการสถานที่แบบไหน โดยคำนวณพื้นที่ให้รอบคอบว่าจะใช้ส่วนไหนทำอะไรบ้าง ไม่ใช่คำนวณอย่างคร่าวๆ ต้องคำนวณใช้ชัดเจน เพราะพื้นที่ที่จะใช้ทำธุรกิจนั้นจะต้องถูกแบ่งออกเป็นส่วนๆ แต่ละส่วนจะเพียงพอกับความต้องการของวัตถุประสงค์นั้นๆ หรือไม่เพื่อจะได้นำมาพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง ถ้าไม่สามารถหาทำเลได้ตามความต้องการแล้ว ก็ต้องพิจารณาค่อยไปอีกว่า จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้เป็นไปตามที่ต้องการได้หรือไม่ และต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าไร เมื่อเลือกทำเลที่ตั้งได้แล้ว จะใช้วิธีเช่าหรือซื้อก็ตาม ผู้ประกอบการต้องมั่นใจว่าทำเลนั้น อยู่ในที่ที่สามารถทำธุรกิจประเภทนั้นได้ โดยไม่ขัดกับพระราชบัญญัติต่างๆ ในการประกอบธุรกิจบางประเภท ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความรอบคอบ และต้องตรวจสอบให้ชัดเจนก่อน

การออกแบบ สปาเป็นสถานบริการเพื่อพักผ่อนร่างกายและจิตใจ แนวคิดสำคัญในการออกแบบสปา คือ การสร้างความสมดุลให้ ภาย (Body) จิตใจ (Mind และวิญญาณ (Soul) องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้จะรวมเป็นหนึ่งในร่างกาย เมื่อเกิดความสมดุลขึ้น จะก่อให้เกิดพลังงานในร่างกาย ช่วยให้ผู้ใช้บริการมีสุขภาพดี ซึ่งเป็นเป้าหมายของสปา การออกแบบสปาดตามลักษณะแนวทางการสร้างความสมดุลของคน (Human Design)

การตกแต่งสถานที่ในสถานประกอบการสปาเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานบริการ ผู้ประกอบการควรสร้างแนวคิดในการตกแต่งสถานบริการให้มีเอกลักษณ์

เฉพาะของตนเอง ในกรณีที่เป็นกรเข้าสถานที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงข้อจำกัดต่างๆ ในการตกแต่งด้วย ทั้งนี้การตกแต่งในสถานประกอบการสปาสามารถแบ่งได้ 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การตกแต่งหน้าร้าน หรือด้านหน้าของสถานประกอบการสปา ผู้ประกอบการอาจออกแบบตกแต่งโดยเน้นความเป็นธรรมชาติเพื่อให้เกิดความรู้สึกสบาย ภายในสถานบริการควรใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งควรผสมผสานระหว่างไม้กับกระจก เพื่อให้เกิดความโปร่ง ทันสมัย และแข็งแรง ทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกว่าสถานบริการเป็นสถานที่น่าขำคร่างกายบริเวณรอบๆ สถานบริการอาจปลูกต้นไม้เพื่อใช้สายตาจากบุคคลภายนอกก็ได้

ส่วนที่ 2 การตกแต่งห้องสำหรับการบริการลูกค้า พื้นที่ส่วนบริการลูกค้าควรมีความเป็นส่วนตัว และจัดแบ่งให้ได้สัดส่วน ห้องต้องมีขนาดไม่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป หน้าต่างภายในห้องควรเป็นกระจก เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นบรรยากาศภายนอกได้ การออกแบบตกแต่งภายในห้องควรใช้โทนสีอ่อน เพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ ระบบไฟฟ้าที่ใช้ภายในห้องควรปรับระดับความสว่างได้ หรือให้ความสว่างในระดับพอดี เพื่อให้ลูกค้าสบายตา ภายในห้องควรมีเฉพาะวัสดุและอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้การบริการเท่านั้น

4) ด้านการประชาสัมพันธ์/การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ได้ผลดีสำหรับการสร้างความรู้จักของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมักจะใช้งบประมาณน้อยกว่าการโฆษณา แต่จะต้องใช้เวลานานที่จะทำให้ทั่วไปรู้จักสปา

การส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขายเป็นระยะๆ จะทำให้ได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาทดลองใช้บริการของสปา สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ข่าว การลดแลกแจกแถม ที่นิยมกันมากในธุรกิจสปา คือการให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิก แต่จะต้องสร้างสิทธิประโยชน์ที่แตกต่างกับลูกค้าทั่วไปให้ชัดเจน การขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า หรือการขายเป็น Package

การส่งเสริมการตลาดถือเป็นหัวใจสำคัญของผู้จัดการสปา ที่จะทำให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องวางแผนกลยุทธ์ทั้งระยะสั้น และระยะยาว ผู้บริหารสปาจะต้องศึกษาพื้นที่ที่ตัวเองรับผิดชอบ การออกเขียนเขียนลูกค้าตามเป้าหมาย ชักจูงแนะนำให้ลูกค้ามาทดลองใช้บริการใหม่ๆ ในเมนูสปา ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าไม่ลืมตราชื่อร้านสปาของเรา ปัจจุบันการขายบริการสปา อาจเป็นการบริการจำหน่ายเป็น Package ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว หรือแม้แต่ตั้งเดอรัมเตอร์ตามห้างสรรพสินค้าก็จะช่วยในการจัดช่องทางการจำหน่ายได้ นอกจากนี้การ

การจัดทำการส่งเสริมการขายเป็นระยะๆ เป็นวิธีการที่ใช้กันบ่อย โดยจะได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เข้ามาใช้บริการของสปา การใช้พนักงานขายให้ติดต่อกลลูกค้าเป้าหมายโดยตรงจะเป็นที่นิยมมากที่สุดในกิจการสปา (Personal Selling) สิ่งสำคัญที่สุดในการทำประชาสัมพันธ์ก็คือ การสร้างการยอมรับในบริการที่มีคุณภาพ

การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะการนัดที่ดี มีความสำคัญในการรักษามาตรฐาน และต้องใช้เฉพาะพนักงานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขแล้วเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยต่อผู้มาใช้บริการ การอบรมพนักงานให้มีทักษะในการให้บริการเป็นสิ่งที่จัดอบรมสัมมนาพนักงานอย่างค่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการให้บริการ การนัด ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา

หลักการทำการส่งเสริมการขายในธุรกิจสปา การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด เพราะเป็นช่องทางที่ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดการรับรู้และสนใจข่าวสารของธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาด ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสถานบริการสปาแต่ละแห่งจะเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ งบประมาณ และวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ต้องการ

โดยส่วนใหญ่สถานประกอบการสปาจะต้องมีปัจจัยหลายส่วนที่โน้มน้าวใจให้มีผู้เข้ามาใช้บริการ เช่น สถานที่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ทักษะการบริการที่ดี การสื่อสารที่น่าประทับใจ ทักษะในการนัดผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ใ่วัฒนธรรมชาติในการทำทรีทเมนต์ ดังนั้นในการที่จะช่วยส่งเสริมการขายให้กับสถานประกอบการสปาได้ โดยส่วนใหญ่จะประกอบด้วยกิจกรรม ได้แก่ การหาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น รักษายอดขายของลูกค้าเก่าให้สม่ำเสมอ หรือหาทางเพิ่มยอดขายจากลูกค้าเก่า

การจัดหน้าร้าน (Window Display) โดยยึดหลักว่า ถ้าเป็นเคย์สปาต้องดึงดูดความสนใจผู้คนที่ผ่านไปมาโดยเด่นชัด สถานที่จะต้องสะอาดปราศจากฝุ่นละออง และต้องดูแลทุกวัน ในสื่อที่เสนอต่อผู้บริโภคนั้นจะต้องเป็นเนื้อหาสาระง่ายๆ แต่ได้ผล เพื่อรักษาความสนใจของลูกค้า การจัดวางอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ควรจัดอย่างสวยงาม น่าซื้อ

- การจัดตู้โชว์สินค้า (Counter Display) โดยยึดหลักว่า การจัดเก็บสินค้าขายปลีกให้เห็นเด่นสะดุดตา มีการเน้นจุดขาย และให้ลูกค้าหยิบจับสินค้าขึ้นมาดูได้ง่าย
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ต้องทันสมัย วางของตัวอย่างให้ลูกค้าได้ลองใช้เพื่อทดสอบประสิทธิภาพ

- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ต้องทันสมัย วางของตัวอย่างให้ลูกค้าได้ลองใช้เพื่อทดสอบประสิทธิภาพ
- การทำตลาดโดยตรง ซึ่งอาจจะมีทั้งกลุ่มลูกค้าเก่า ลูกค้าใหม่ และเป็นการเดือนให้ลูกค้าจำได้ นอกจากนี้อาจจะส่งในโอกาสพิเศษ เช่น วันแม่ วันพ่อ ฯลฯ สปาคควรมีแนวคิดแสดงความยินดีเนื่องในวาระครบรอบวันเกิดของลูกค้า นอกจากนี้ถ้ามีทุนเพียงพออาจจะทำเป็นจดหมายเวียนเพื่อส่งข่าวสาร กิจกรรมของสปา เช่น ทุกๆ 2 เดือน หรือ 2 เดือนต่อครั้ง
- การใช้หลักการโฆษณาโดยใช้ถุงกระดาษห่อ ไบว้และสติกเกอร์
- ผู้จัดการสปาจะต้องเช็คระบบสต็อกว่ามีสินค้าเพียงพอหรือไม่ และจัดหาหรือสั่งซื้อสินค้าไว้เสริมการขาย
- มีสินค้าให้ลูกค้าได้ทดลอง และมีของตัวอย่างแจกเพื่อทดลอง
- สปาต้องจัด โปร โมชั่นให้ลูกค้าเห็น ได้ชัดเจนว่ามีการจัดกิจกรรมอะไรบ้าง

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ในส่วนนี้อาจรวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ที่สถานบริการนำมาใช้ในการให้บริการ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าใจรูปแบบบริการที่ผู้ประกอบการได้จัดเตรียมไว้

การลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับผู้ประกอบการที่มีงบประมาณเพียงพอ อาจลงโฆษณาเพื่อแนะนำสถานบริการ หรือการจัดรายการส่งเสริมการขายในโอกาสต่างๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสื่อตรงกับผู้ประกอบการต้องการ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสนใจมาใช้บริการ เช่น การลงโฆษณาเชิญชวนคู่แข่งงานให้มาใช้บริการแบบพิเศษในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เป็นต้น

การจัดงานเปิดตัวสถานบริการ เป็นกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งในการเปิดดำเนินธุรกิจอย่างเป็นทางการ ผู้ประกอบการอาจเชิญกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บุคคลที่มีชื่อเสียง และสื่อมวลชน มาร่วมงานเปิดตัวสถานบริการอย่างเป็นทางการ โดยจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ภายในงาน เช่น การสาธิตบริการ การมอบส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์สถานบริการให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

การจัดทำสิ่งพิมพ์เพื่อแนะนำสถานบริการ สิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ ไปสการ์ด แผ่นพับ ฯลฯ เป็นสื่อที่ช่วยทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักสถานบริการ ผู้ประกอบการอาจติดต่อขอวางสิ่งพิมพ์เหล่านี้ ในร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือแหล่งชุมชนที่คาดว่าจะมีกลุ่มเป้าหมายอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้อาจจัดราย การส่งเสริมการขาย แจ้งให้กลุ่มลูกค้าทราบผ่านสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้น เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การมอบของขวัญที่ระลึก สำหรับลูกค้าที่นำสิ่งพิมพ์นั้นมาแสดงก่อนรับบริการ เป็นต้น

การจัดทำ Direct Mail ผู้ประกอบการอาจจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้ให้บริการ บัตรเครดิต สถาบันการเงิน หรือบริษัทห้างร้านต่างๆ โดยมอบส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกับสถาบันการเงินหรือบริษัทห้างร้านนั้นๆ เช่น การชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตของสถาบันนั้นๆ ผู้ประกอบการอาจจัดทำ Direct Mail เพื่อส่งเสริมการขายในโอกาสพิเศษ และเทศกาลต่างๆ เช่น วันเกิดลูกค้า วันครบรอบการดำเนินงานของสถานบริการ วันขึ้นปีใหม่ วันแม่ เป็นต้น

การจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าที่เข้าใช้บริการ เป็นการจัดเก็บระบบข้อมูลของลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น ใช้บริการอะไร เมื่อไร กับพนักงานคนใด เป็นต้น ข้อมูลของลูกค้าที่จัดเก็บไว้ ผู้ประกอบการอาจนำมาใช้ในการจัดส่ง Direct Mail สำหรับการส่งเสริมการขายในโอกาสต่างๆ หรือการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการใช้บริการแบบเดิมซึ่งเคยใช้บริการมาก่อนหน้านี้แล้ว

การรับสมัครสมาชิก เป็นวิธีหนึ่งในการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการเปิดรับสมัครพร้อมมอบสิทธิพิเศษ เช่น การลดพิเศษในการใช้บริการ การมอบของที่ระลึกแก่สมาชิกสำหรับการแนะนำสมาชิกใหม่ (Member Get Member) เป็นต้น

การจัดงานแสดงสินค้า (Trade Mart) หากมี โอกาสและความพร้อม ผู้ประกอบการควรเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในลักษณะของการออกบูธ ซึ่งจัดขึ้นตามห้างสรรพสินค้า หรือศูนย์การจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อแนะนำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักสถานบริการ และทดลองใช้บริการ ซึ่งจะเป็น โอกาสในการขยายตลาดให้กว้างขึ้น

การจัดทำเว็บไซต์ เป็นช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ และการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ภายในเว็บไซต์ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของบริษัท ประเภทของบริการ อัตราค่าบริการ การจองใช้บริการ การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ การติดต่อบริษัท รวมถึงการแนะนำหรือติชมบริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้

5) **ด้านบุคลากร (Personnel)** การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะการ นวัตกรรมที่มีความสำคัญในการรักษามาตรฐาน และจะต้องใช้พนักงานที่ขึ้นทะเบียนกับกระทรวง สาธารณสุขแล้วเท่านั้น นอกจากนี้ยังต้องอบรมพนักงานให้มีทักษะในเรื่องเทคนิคการให้บริการ การนวด และความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา

การแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (SEGMENTATION) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (2547) ได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจสปา โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าระดับ A คือ กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดการ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีความพร้อมในการสมัครสมาชิก และมีเวลาว่างพอที่จะมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าระดับ B คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมัก ได้แก่ ชาวญี่ปุ่น เกาหลี รัสเซีย ไต้หวัน และชาวยุโรป มีทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นลูกค้า Walk-in และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ถูกแนะนำจากมัคคุเทศก์ เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง พอใจในราคาขาย ไม่ต่อรองราคา แต่ไม่ต้องการสมัครเป็นสมาชิก เนื่องจากพำนักอยู่ในประเทศเป็นเวลานาน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าระดับ C คือ กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่ใช่คนใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นกลุ่มลูกค้าซึ่งเดินทางเข้ามาติดต่อธุรกิจเป็นประจำ หรือพักก่อนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท นิยมใช้บริการห้องพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง นิยมใช้บริการสปาในโรงแรมเพื่อผ่อนคลายความเครียดและเหนื่อยล้า

กลุ่มที่ 4 กลุ่มลูกค้าระดับ D คือ กลุ่มพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000-40,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อปานกลาง และมีความพร้อมในการสมัครสมาชิก แต่ชอบต่อรองราคา และพอใจที่จะใช้บริการเมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

กลุ่มที่ 5 กลุ่มลูกค้าระดับ E คือ กลุ่มลูกค้าทั่วไป มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท เป็นกลุ่มที่รักสุขภาพและสนใจใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ แต่ลูกค้ากลุ่มนี้อาจจะใช้บริการเพียงครั้งคราวเท่านั้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานสปาเพื่อสุขภาพ

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานการบริการด้านสปาเพื่อสุขภาพออกมอย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดคำจำกัดความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวยตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547) มีใจความดังนี้ “กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วยเช่น การอบเพื่อสุขภาพ

การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาการบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ

กระทรวงสาธารณสุข ได้จัดทำมาตรฐานสปาไทย เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าคุณภาพของสปาไทยมีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขภาพต่อผู้มารับบริการ โดยได้กำหนดมาตรฐานดูแลคุ้มครองความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคถึง 5 ด้านด้วยกัน คือ

ด้านที่ 1 มาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ

- ตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวก ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่อยู่ใกล้จิตสถานสถาน ในระยะที่จะก่อให้เกิดปัญหา หรืออุปสรรคในการปฏิบัติศาสนกิจ

- ในกรณีที่ใช้พื้นที่ประกอบกิจการสปา ในอาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่นซึ่งมิใช่กิจการสถานบริการ ต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และกิจการอื่นนั้นต้องไม่กระทบกระเพื่อมการให้บริการในกิจการสปาเพื่อสุขภาพนั้น

- พื้นที่สถานประกอบการจะต้องไม่อยู่ในชั้นที่ติดต่อกับสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วย สถานบริการ

- กรณีสถานประกอบการ มีการให้บริการหลายลักษณะรวมอยู่ในอาคารเดียวกัน หรือสถานที่เดียวกัน จะต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจน และแต่ละสัดส่วนจะต้องมีพื้นที่และลักษณะตามมาตรฐานของการให้บริการแต่ละประเภท

- การจัดบริเวณที่ให้บริการเฉพาะบุคคล จะต้องไม่ให้มีขีดหรือลวดลายเกินไป

- พื้นที่ที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกสถานที่ประกอบกิจการสปาเพื่อ

สุขภาพต้องสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ

- อาคารต้องทำด้วยวัสดุที่มั่นคง ถาวร ไม่ชำรุดและไม่มีการบดบังสปรก

- บริเวณพื้นที่ที่มีการใช้น้ำในการให้บริการ พื้นควรทำด้วยวัสดุที่ทำความสะอาด

ง่ายและไม่ลื่น

- จัดให้มีแสงสว่างที่เพียงพอในการให้บริการแต่ละพื้นที่

- จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ

- มีการจัดการสิ่งปฏิกูลมูลฝอยและน้ำเสียที่ถูกหลักสุขาภิบาล

- มีการควบคุมพาหะนำโรคอย่างถูกหลักสุขาภิบาล

- จัดให้มีห้องอาบน้ำ ห้องส้วม อ่างล้างมือ ห้องผลิตเปลี่ยนเสื้อผ้าและตู้เก็บเสื้อผ้า

ที่สะอาดถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยอย่างเพียงพอและควรแยกส่วนชาย หญิง

- จัดให้มีการตกแต่งสถานที่ที่เหมาะสม โดยจะต้องไม่มีลักษณะที่ทำให้เสื่อมเสียศีลธรรม หรือขัดต่อวัฒนธรรมและประเพณีอันดี

ด้านที่ 2 มาตรฐานผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

- ผู้ประกอบการ ต้องจัดให้มีผู้ดำเนินการคนหนึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลและรับผิดชอบในการดำเนินการสถานประกอบการนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์

- มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย

- มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับประกาศนียบัตรในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพหรือสาขาที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง หรือให้ความเห็นชอบ หรือมีประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี

- ผ่านการประเมินความรู้ ความสามารถ ตามที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางกำหนด

- กรณีเคยเป็นผู้ดำเนินการมาก่อน แต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถจะต้องพ้นระยะเวลานับแต่วันที่ถูกเพิกถอนไม่น้อยกว่า 2 ปี จึงจะขอประเมินความรู้ความสามารถใหม่ได้

- ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดหุโทษ

- ไม่เป็นโรคต้องห้าม เช่น โรคพิษสุราเรื้อรัง โรคจิตเยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง โรคจิตร้ายแรง โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการสถานประกอบการ

- ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

- ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเหมือนไร้ความสามารถ

ด้านที่ 3 มาตรฐานผู้ให้บริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- ผู้ให้บริการจะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์

- ได้รับการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้ตามหลักสูตรจากหน่วยงานราชการ

สถาบันหรือสถานศึกษาที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในกิจการสปาเพื่อสุขภาพมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี และผ่านการทดสอบความรู้และประสบการณ์โดยคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลาง

- ไม่เป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง โรคจิตร้ายแรง โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานหรือโรคติดต่อในระยะ ร้ายแรง
- ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถหรือคนเหมือนไร้ความสามารถ
- กรณีเคยเป็นผู้ให้บริการมาก่อน แต่ถูกคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการเพิกถอนใบประเมินความรู้ ความสามารถ จะต้องเลยระยะเวลาเพิกถอนไม่น้อยกว่า 2 ปี จึงจะขอประเมินความรู้ ความสามารถใหม่ได้

ด้านที่ 4 มาตรฐานการบริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติตามประกาศนี้ และห้ามมิให้นำผู้ที่ยาเสพติดมาให้บริการ เว้นแต่ผู้ให้บริการฝึกหัด ซึ่งมีจำนวนไม่เกินกึ่งหนึ่งของผู้ให้บริการที่มี
- ผู้ประกอบการต้องจัดการบริการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐาน รับรู้ การแต่ละประเภท โดยจะต้องมีบริการหลักประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ การใช้น้ำเพื่อสุขภาพ เช่น บริการอบไอน้ำ อ่างน้ำวน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำเย็น เป็นต้น และให้มีบริการอื่น เช่น การพอกโคลน การเสริมสวย การออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ โยคะ สมาธิและอื่น อีก 3 รายการเป็นอย่างน้อย
- สถานประกอบการต้องมีเวลาเปิดทำการให้เริ่มบริการได้ตั้งแต่เวลา 08.00 นาฬิกา และเวลาปิดทำการหรือให้บริการ ไม่เกิน 22.00 นาฬิกา
- ผู้ประกอบการต้องแสดงทะเบียนประวัติผู้ให้บริการตามแบบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด
- ผู้ประกอบการต้องจัดทำทะเบียนประวัติผู้รับบริการไว้เป็นหลักฐานตามแบบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด โดยต้องเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพที่ตรวจสอบได้ไม่น้อยกว่า 5 ปี นับแต่วันที่จัดทำ
- ห้ามมิให้มีการบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือของมีเมาทุกชนิดแก่พนักงาน ผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่
- การให้บริการจะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ การประกอบวิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

- การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาการให้บริการของสถานประกอบการ จะต้องไม่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่าสถานที่ดังกล่าว มีการให้บริการบำบัดรักษาพยาบาลอันอาจเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย และข้อความโฆษณานั้นจะต้องไม่เป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความเป็นจริง

- ผู้ประกอบการต้องแสดงรายการบริการ และอัตราค่าบริการ ไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ง่าย หรือสามารถให้ตรวจสอบได้

- ผู้ประกอบการต้องไม่จัดหรือยินยอมให้มีรูปแบบการให้บริการ ที่เข้าข่ายฝ่าฝืนกฎหมายสถานบริการหรือบริการที่จะต้องขออนุญาตเป็นพิเศษ เช่น การพนัน การแสดงดนตรี การจับร้อง การราโอเคะ สนั่นเกอร์ เดินรำ รำวง ตลอดจนจัดให้มีมหรสพอื่นๆ เป็นต้น

- ผู้ประกอบการต้องกำหนดให้มีเครื่องแบบสำหรับผู้ให้บริการ โดยเป็นเครื่องแบบที่รัดกุม สุภาพ สะอาดเรียบร้อย สะดวกต่อการปฏิบัติงาน และต้องมีป้ายชื่อผู้ให้บริการ ติดไว้ที่หน้าอกด้านซ้าย

ด้านที่ 5 มาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีชุดปฐมพยาบาลไว้ในสถานประกอบการ และพร้อมใช้งาน ได้ตลอดเวลาที่มีการให้บริการ

- ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีป้ายหรือข้อความเพื่อแสดงหรือเตือนให้ผู้รับบริการระมัดระวังอันตรายหรือบริเวณที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตราย

- ในกรณีที่กิจการสปาเพื่อสุขภาพ มีการจัดให้มีบริการอบความร้อน อบไอน้ำ ่าง น้าวน ัวบริการตลอดจนอุปกรณ์หรือบริการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดอันตรายไว้บริการ ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์นั้น เป็นอย่างดี เป็นผู้รับผิดชอบอุปกรณ์ และมีหน้าที่คอยตรวจตราดูแลการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวทั้ง ในขณะที่ใช้งานและหลังการใช้งาน

- ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีนาฬิกาที่สามารถมองเห็น อ่านเวลาได้โดยง่าย และชัดเจน จากจุดที่ผู้รับบริการกำลังใช้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ และอ่างน้ำวนอยู่ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถควบคุมเวลาการใช้อุปกรณ์ด้วยตนเองได้โดยสะดวก

- ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบฉุกเฉินสำหรับบริการอบความร้อน อบไอน้ำ และอ่างน้ำวน ซึ่งสามารถหยุดการทำงานของอุปกรณ์ดังกล่าวได้โดยอัตโนมัติในทันทีที่เกิดจากภาวะซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้รับบริการ และการเข้าถึงเพื่อใช้ระบบฉุกเฉินนั้นต้องสามารถกระทำ ได้โดยง่ายและสะดวกในเวลาที่เกิดเหตุฉุกเฉิน

- ภายในบริเวณที่ให้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ อ่างน้ำวน และบ่อน้ำร้อน น้ำเย็น ต้องมีเครื่องวัดอุณหภูมิ เครื่องควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติ และเครื่องตั้งเวลา เพื่อให้พนักงานผู้รับผิดชอบอุปกรณ์สามารถปรับและควบคุมอุณหภูมิได้อยู่ในสภาวะที่ปลอดภัยสำหรับผู้รับบริการตลอดเวลา

- ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบคัดกรองผู้รับบริการ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการเข้าใช้บริการในบางแผนก โดยเฉพาะต้องไม่อนุญาตให้สตรีตั้งครรภ์ ผู้ใช้ยาบางประเภท ที่อาจเกิดปัญหาได้เมื่อเข้าใช้อุปกรณ์บางชนิด ผู้ที่เพิ่งจะดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือเมาสุรา ผู้ป่วยความดันโลหิตสูง ผู้ป่วยเบาหวานและผู้ป่วยโรคหัวใจเข้าใช้อุปกรณ์ หรือบริการที่เสี่ยงต่อภาวะนั้น เว้นแต่จะได้รับการสั่งให้ใช้อุปกรณ์จากแพทย์ผู้เกี่ยวข้อง

- ผู้ประกอบการต้องดูแลและควบคุมคุณภาพน้ำที่ใช้สำหรับให้บริการ ไม่ว่าจะ เป็นอ่างน้ำวน สระน้ำ หรืออุปกรณ์การใช้น้ำชนิดอื่นใด ให้มีคุณสมบัติทางเคมีที่ปลอดภัยและไม่เป็นแหล่งแพร่เชื้อ

- ถ้า อุปกรณ์และเครื่องมือทุกชนิดเมื่อให้บริการแล้ว ต้องซักหรือล้างทำความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ ก่อนนำกลับมาให้บริการครั้งต่อไป และในกรณีที่การให้บริการมีความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ เช่น การใช้ไม้หรืออุปกรณ์ที่ใช้ขัดหรือขัดผิวหนังในการบริการกดจุดฝ่าเท้า ต้องผ่านกรรมวิธีการฆ่าเชื้อที่สามารถฆ่าและควบคุมเชื้อ ได้ ไม่น้อยกว่าเทคนิคการปลอดเชื้อทุกครั้งหลังการให้บริการ

- ในกรณีที่ผู้ให้บริการอาจมีอาการหายใจระบอบบริเวณใบหน้าผู้รับบริการ เช่น ในการดูแลและนวดบริเวณใบหน้า ผู้ให้บริการต้องสวมอุปกรณ์ที่ถูกสุขลักษณะเพื่อป้องกันการหายใจระบอบ บริเวณ ใบหน้าผู้รับบริการและการแพร่กระจายเชื้อระบบทางเดินหายใจไปสู่ผู้รับบริการ ในขณะที่มีการให้บริการทุกครั้ง

- ผู้ประกอบการต้องมีการดำเนินการป้องกันการติดเชื้อที่เหมาะสม

- ต้องมีระบบการป้องกันอัคคีภัย ในสถานประกอบการตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม อาคาร

หากสปาที่มีคุณภาพและเข้าหลักเกณฑ์ดังกล่าว ก็จะได้รับยกเว้นภาษีสรรพสามิต ซึ่งรัฐบาลเรียกเก็บก่อนหน้านี้

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รายงานวิจัยที่นำมาอ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นรายงานวิจัยที่มีความใกล้เคียง เป็นการศึกษาถึงกระบวนการจัดการของสถานประกอบการธุรกิจสปา ดังต่อไปนี้

วิภาทร มหาชัย (2544) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่แล้วเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี มีสถานภาพสมรสเป็นโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ทำงานบริการเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 200,001-300,000 เยน (1,666.67-2,500 US\$)

ในด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีประสบการณ์ในการใช้สปามาแล้วเฉลี่ย 6-10 ครั้ง และพบว่าสาเหตุของการเลือกใช้บริการสปา คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียด โดยนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการสปาโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และติดต่อสถานบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตและด้วยตนเอง บริการสปาที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ คือ การนวดไทยแผนโบราณและการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลาในการมาใช้บริการสปาเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้ง

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

บุษบง จำเริญคารารักษ์มี, อภิขณา โฉมวิมล, พรทิพย์ เชื้อมโนชาญ, ชัญญา บุศยวงษ์, ฐิตราภรณ์ โกมลศิริ, ทิมพรธณ กันธะคำ (2546) ได้ศึกษาสถานภาพปัจจุบันและแนวทางในการพัฒนารัฐกิจสปาและนวดแผนไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสถานภาพปัจจุบันของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านจำนวน ที่ตั้ง รูปแบบ ความมุ่งหวังทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ระดมความคิดเห็นในด้านปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนารัฐกิจสปา การพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและผู้ให้บริการในธุรกิจและให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาธุรกิจสปา การสร้างความเข้มแข็ง และ การสร้างเครือข่ายภายในและระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เน้นบทบาทของสถาบันพัฒนา SMEs และองค์กรที่มีส่วนได้เสียกับธุรกิจสปา ผลการวิจัยพบว่า

การสำรวจสถานบริการนวดแผนไทยในเขตเมืองเชียงใหม่จำนวน 135 แห่ง แบ่งเป็นขนาดใหญ่ 12 แห่ง กลาง 25 แห่ง และเล็ก 87 แห่ง โดยอาศัยการแจกนับจำนวนผู้ให้บริการนวด ในจำนวนนี้เป็นโรงเรียนสอนนวดแผนไทย 5 แห่ง และสถานบริการสปา 6 แห่ง ส่วนใหญ่ตั้งอยู่

หนาแน่นในย่านที่พักนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ถนนมุลเมือง ลอยเคราะห์ กำแพงดิน ชัยภูมิ ในที่บาช่า ช้างคลาน และเจริญประเทศ ร้อยละ 67.5 เปิดให้บริการมานาน 1-2 ปี มีเทอราปีสต์เฉลี่ย 3 คน สถานบริการขนาดใหญ่ 4 แห่ง มีเทอราปีสต์มากกว่า 20 คน และมีการจ้างเทอราปีสต์เพิ่มเติม จากเครือข่ายเทอราปีสต์เมื่อมีผู้ใช้บริการจำนวนมากเป็นครั้งคราว เทอราปีสต์ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ในจังหวัดเชียงใหม่ เรียนวิชามาจากโรงเรียนแพทย์แผนไทยและวัดโพธิ์

จำนวนร้อยละ 55 ให้บริการนวดทั้งตัว ฝ่าเท้า และนวดน้ำมัน ค่าบริการ 100-200 บาท/ ชั่วโมง มีลูกค้าเฉลี่ยวันละ 5-10 คน และลูกค้าร้อยละ 90 เป็นชาวต่างชาติ คือ ญี่ปุ่น อเมริกา อังกฤษ จีน ฝรั่งเศส และเกาหลี

จากการเยี่ยมชม สัมภาษณ์ และระดมความคิดเห็นโดยการจัดเสวนาในกลุ่ม ผู้ประกอบการสถานบริการสปาซึ่งเปิดเพิ่มเติมขึ้นมากในช่วงกลางปี 2546 พบว่ามีปัญหาเฉพาะหน้าคือการขาดแคลนนักบำบัดคุณภาพ ความไม่พร้อมของผู้ประกอบการ และความวิตกกังวลต่อการออกระเบียบปฏิบัติของภาครัฐที่ผู้ประกอบการไม่ทราบความก้าวหน้า ทำให้เกิดความลังเลในการวางแผนปฏิบัติ ต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้จัดการธุรกิจสปาและนักบำบัดที่มีหน่วยงานรับรองมาตรฐาน ต้องการมาตรฐานกลางสำหรับธุรกิจสปาเพื่อป้องกันปัญหาอาชีพแอมแปง

ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ คือ ให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว แก้ปัญหาเศรษฐกิจ และพัฒนาสถานบริการนวดให้เป็นสากล สนับสนุนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมนักบำบัด ผู้จัดการเพิ่มความรู้ภาษาต่างประเทศสำหรับใช้งาน ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูล อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจให้เข้าสู่สากล ร่วมสร้างพันธมิตรและเครือข่ายที่เป็น ประโยชน์กับธุรกิจสปา

ศรีสุตา ชัยชนะ (2546) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้ บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รายได้ ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดและไม่ได้เป็นสมาชิกสปา เสีย ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ประมาณ 501-1,000 บาท และส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปา เดือนละ 1 ครั้ง

กระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า สาเหตุที่มาใช้บริการสปาที่สำคัญ ที่สุดเพื่อต้องการพักผ่อนคลายเครียด ก่อนที่จะไปใช้บริการสปาได้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง ความสะอาดมากที่สุด โดยหาข้อมูลจากเพื่อนบ้านเพื่อนที่ทำงานคนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปา

ก่อน การประเมินทางเลือกนั้นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประเมินทางเลือกในใช้บริการสปาครั้งนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ นวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท ปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ปัจจัยด้านบุคลากรให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พูดยาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังสุภาพมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส ปัจจัยด้านลักษณะกายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ สถานที่สะอาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง การตัดสินใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ เพื่อนคนที่มีประสบการณ์ทางสปา โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองในการใช้บริการสปามากที่สุด การประเมินหลังการบริโภคผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปาอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 53 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปาอยู่ในระดับมากร้อยละ 40 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้ญาติพี่น้องเพื่อนๆ คนที่รู้จักมาใช้บริการสปา และจะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป

อัญชลี ภูอิทธิวงศ์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เปิดบริการในลักษณะของโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เปิดบริการในลักษณะของโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดยการใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 131 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยเทคนิคการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) และวิธี Marginal Effects

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการบริการ โดยพบว่าปัจจัยผู้ให้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกและมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และปัจจัยทางด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบริการ มี

ค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกและมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้ง ด้านค่าบริการ ด้านผู้ให้บริการ และด้านการบริการ จะมีผลในเชิงบวกกับความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

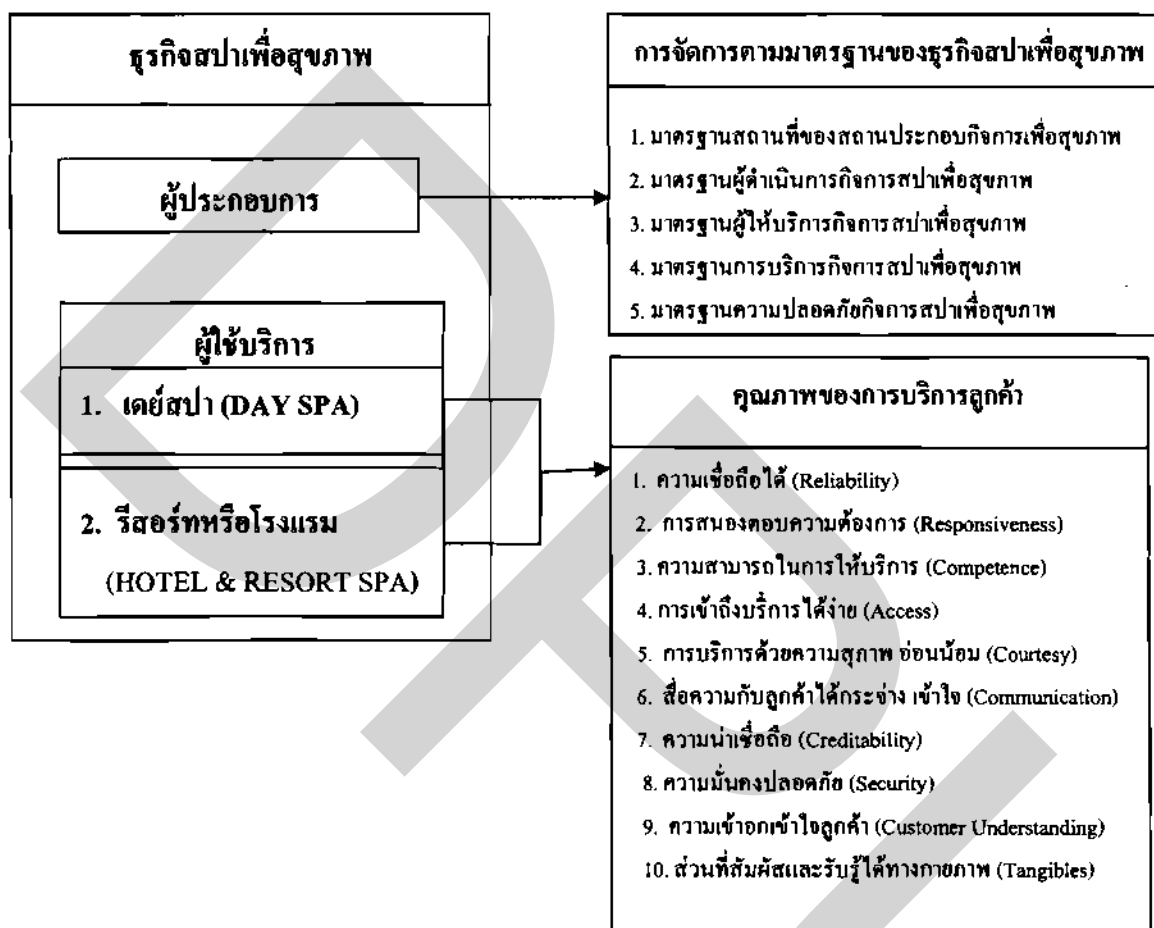
จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างเคย์สปา (Day Spa) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (Hotel & Resort spa) โดยกำหนดการวิจัยเป็นขั้นตอน โดยมีองค์ประกอบดังนี้

- 3.1. กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3.2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.4. การรวบรวมข้อมูล
- 3.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการสปา (SPA MANAGER) และผู้ใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ประเภทเดย์สปา (DAY SPA) และสปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม (Hotel & resort spa) ที่ผ่านมาตรฐานตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขที่มีระดับดี ที่มีรายชื่อรับการรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุขประจำปี 2550 จำนวน 114 แห่ง จากการสุ่มอย่างง่ายเป็นผู้ใช้บริการเดย์สปา (DAY SPA) จำนวน 200 คน และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) จำนวน 75 คน ผู้ประกอบการ 30 คน จาก 30 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของกิจการประจำปี 2550 จำนวน 30 แห่ง จาก 114 แห่ง จากการสุ่มอย่างง่าย เป็นผู้ให้บริการเคย์สปา (DAY SPA) จำนวน 200 คน และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) จำนวน 75 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอบเขตของการวิจัยซึ่งมีทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยใช้วิธีการศึกษา 2 รูปแบบ คือ

3.3.1 แบบสอบถาม โดยสุ่มอย่างง่ายเป็นผู้ให้บริการเคย์สปา (DAY SPA) จำนวน 200 คน และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) จำนวน 75 คน ผู้ประกอบการ 30 คน จาก 30 แห่ง ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอบเขตของการวิจัยซึ่งมีทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด ซึ่งมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ให้บริการมีจำนวนทั้งหมด 3 ข้อ โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกลงในหน้ารายการคำตอบที่ตรงกับสภาพจริงของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการมีจำนวนทั้งหมด 6 ข้อ โดยถามเกี่ยวกับ เหตุผลในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ประเภทของการเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ การเลือกใช้บริการสปา และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกลงในหน้ารายการคำตอบที่ตรงกับสภาพจริงของผู้ตอบ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการของสปา โดยให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ถึง ระดับน้อยที่สุด มีจำนวนทั้งหมด 10 ข้อ ความเชื่อถือได้ คุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (RELIABILITY) การสนองตอบความต้องการของลูกค้า (RESPONSIVENESSR) ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (COMPETENCE) การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ACCESS) การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี (COURTESY) สื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย (COMMUNICATION) ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (CREDITABILITY) ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะให้บริการ (SECURITYS) ความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาได้

ใจตน (CUSTOMER UNDERSTANDING) ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (TANGIBLEST)

3.3.2 การสัมภาษณ์ ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 30 คน จาก 30 แห่ง โดยไม่ใช่แบบสอบถาม การวิจัยจำเป็นต้องกำหนดประเด็นต่าง ๆ ในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เพื่อจะได้ซักถามให้ได้ข้อมูลครบและตรงประเด็นที่ต้องการ ซึ่งมีทั้งหมด 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการมีจำนวนทั้งหมด 5 ข้อ โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ตำแหน่ง ที่ตั้ง ลักษณะของสปา โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกลงในลูกหน้ารายการคำตอบที่ตรงกับสภาพจริงของผู้ตอบ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มีประเด็นสัมภาษณ์ทั้งหมด 7 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 ด้านมาตรฐานสถานที่ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- การตกแต่งบรรยากาศภายในสปาเป็นรูปแบบใด
- ทำเลที่ตั้งของสถานบริการของท่าน

ข้อที่ 2 ด้านมาตรฐานผู้ดำเนินการ/ผู้จัดการสปาเพื่อสุขภาพ

- แบ่งการทำงานออกเป็นกี่ฝ่าย ประกอบด้วยอะไรบ้าง
- แหล่งเงินทุนที่ท่านได้รับประมาณเท่าไร
- วิธีการตั้งราคาการบริการ
- การฝึกอบรมพนักงาน
- ระยะเวลาในการฝึกอบรมพนักงาน
- การประชาสัมพันธ์

ข้อที่ 3 ด้านมาตรฐานผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

- ในสปา มีพนักงานจำนวนทั้งหมดกี่คน
- พนักงานนวดและผู้ดำเนินการสปาได้รับการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขหรือไม่

ข้อที่ 4 ด้านมาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพ

- รูปแบบการบริการในสปาของท่าน (เช่น สปาตะวันตก, ไทยสปา, ไทยสปาประยุกต์)
- การสร้างบรรยากาศในสปา
- การเปิดเพลงในสปา

- การขยายสาขาธุรกิจสปา
- ระยะเวลาการดำเนินงานกิจการของท่าน
- สปาของท่านประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้าง
- ความแตกต่างของราคาค่าบริการระหว่างคนไทยกับชาวต่างชาติ
- การคิดค่าบริการอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากราคาปกติหรือไม่
- มีการขายบริการแบบเป็นชุด (Package) หรือไม่

ข้อที่ 5 ด้านมาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- มีการทำความสะอาดอุปกรณ์หลังการให้บริการหรือไม่
- มีระบบการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัยหรือไม่

ข้อที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการดำเนินกิจการ

ข้อที่ 7 ข้อเสนอแนะในการดำเนินกิจการสปา

3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม มีการดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.3.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือ และทำการปรับปรุงแก้ไขส่วนวนคำชี้แจงต่าง ๆ ในแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.3.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทำการทดลองใช้กับผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2551 จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (RELIABILITY) ของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9155

3.4 การรวบรวมข้อมูล

นำแบบสอบถามไปแจกแก่สถานประกอบการของผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้ขออนุญาต

3.4.1 นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลกับสถานประกอบการของผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.2 ทำการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยทำการเก็บแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามโดยการแจกแบบรองรับแบบสอบถามกลับทันที จำนวน ผู้ที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเท่ากับ 275 คน โดยแบ่งเป็นผู้ใช้บริการเคย์สปา 200 คน และผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม 75 คน และเป็นผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ 30 คน โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการเคย์สปา 26 แห่ง และ

ผู้ประกอบการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม 4 แห่ง เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้จำนวน 305 ฉบับ คิดเป็น 100 % ของทั้งหมดภายในวันที่ 16 มีนาคม 2551 - วันที่ 20 เมษายน 2551

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูลจะนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และนำมาวิเคราะห์เบื้องต้นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ซึ่งเป็นโปรแกรมการวิเคราะห์สถิติประกอบกับข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่างๆที่ได้รับจากการสำรวจเบื้องต้นมาใช้ในการบรรยายเชิงพรรณนา (DESCRIPTIVE STATISTIC) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.5.1 การศึกษาการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขต กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X})

3.5.2 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการของสปา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

3.5.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการของสปา โดยเปรียบเทียบคะแนน ค่าเฉลี่ย (\bar{X})

เกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม เป็นการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคอร์ท์ (Linkert's Rating Scale)

ระดับความคิดเห็น/รับรู้	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด/คุณภาพดีมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก/คุณภาพดีมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง/คุณภาพปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย/คุณภาพต่ำ	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด/คุณภาพต่ำที่สุด	1

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย**ค่าเฉลี่ย (\bar{X})**

1.00-1.49

1.50-2.49

2.50-3.49

3.50-4.49

4.50-5.00

ความหมาย

คุณภาพต่ำที่สุด

คุณภาพต่ำ

คุณภาพปานกลาง

คุณภาพดี

คุณภาพดีมากที่สุด

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร
ได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 การศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการ
ในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างเดย์สปา(DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือ
โรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)
 - 4.1.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
 - 4.1.2 การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
 - 4.1.3 คุณภาพของการบริการลูกค้า

- 4.2 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถาน
ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดย์สปา (DAY SPA) กับ สปาใน
รีสอร์ทหรือ โรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)
 - 4.2.1 คุณลักษณะของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
 - 4.2.2 การใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง
 - 4.2.3 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

4.1 การศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างเคย์สปา(DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

4.1.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำแนกตามเคย์สปา (DAY SPA) และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปา				
1.1 แบบไทย	13	50.0	1	25.0
1.2 แบบตะวันตก	5	19.2	1	25.0
1.3 แบบหรูหรา	3	11.5	1	25.0
1.4 แบบสวน	3	11.5	-	-
1.5 แบบโรมัน	1	3.8	1	25.0
1.6 แบบไทยล้านนา	1	3.8	-	-
2. ทำเลที่ตั้ง				
2.1 ตั้งอยู่บนที่ดินของตนเอง	10	33.3	0	0
2.2 เช่าที่ดินจากผู้อื่น	16	53.3	4	13.4
รวม	26	100.0	4	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เคย์สปา จากผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการเคย์สปา จำนวน 26 แห่ง พบว่า มีรูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปาแบบไทย มากที่สุด (ร้อยละ 50.0) ตกแต่งแบบสวน (ร้อยละ 11.5) ตกแต่งแบบโรมัน (ร้อยละ 3.8) และตกแต่งแบบไทยล้านนา มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.8) เคย์สปา (DAY SPA) มีการเช่าที่ดินจากผู้อื่นจำนวนมากว่าตั้งอยู่บนที่ดินของตนเอง (ร้อยละ 53.3)

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จากผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง พบว่า มีการตกแต่งแบบไทย แบบตะวันตก แบบหรูหราแบบโรมัน

อย่างละ 1 แห่ง แต่ไม่มีการตกแต่งแบบสวนและแบบไทยล้านนา มีทำเลที่ตั้งสถานประกอบการ โดยการเช่าที่ดินจากผู้อื่นมากกว่าตั้งอยู่บนที่ดินของตนเอง (ร้อยละ 13.4)

4.1.2 การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขต กรุงเทพมหานครตามมาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ มาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มาตรฐานผู้ให้บริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มาตรฐานบริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปาเพื่อสุขภาพ นำเสนอใน ตารางที่ 4.2 ถึง ตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามมาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการ ตามรูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปา ทำเลที่ตั้ง

1. ด้านมาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการ	คีย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปา				
1.1 แบบไทย	13	50.0	1	25.0
1.2 แบบตะวันตก	5	19.2	1	25.0
1.3 แบบหรูหรา	3	11.5	1	25.0
1.4 แบบสวน	3	11.5	-	-
1.5 แบบโรมัน	1	3.8	1	25.0
1.6 แบบไทยล้านนา	1	3.8	-	-
2. ทำเลที่ตั้ง				
2.1 ตั้งอยู่บนที่ดินของตนเอง	10	33.3	0	0
2.2 เช่าที่ดินจากผู้อื่น	16	53.3	4	13.4
รวม	26	100.0	4	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ด้านมาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการประเภทเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่าเคย์สปา จำนวน 26 แห่ง พบว่า มีรูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปาแบบไทย มากที่สุด (ร้อยละ 50.0) ตกแต่งแบบตะวันตก (ร้อยละ 19.2) ตกแต่งแบบหรรษา (ร้อยละ 11.5) ตกแต่งแบบสวน (ร้อยละ 11.5) ตกแต่งแบบโรมัน (ร้อยละ 3.8) และตกแต่งแบบไทยล้านนา (ร้อยละ 3.8) ตามลำดับ โดยทั้ง 26 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.6) จะยัง ไม่มีการขยายสาขา แต่ก็มีถึง 4 แห่ง (ร้อยละ 15.4) ที่จะมีการขยายสาขา มีทำเลที่ตั้งสถานประกอบการ โดยการเช่าที่ดินจากผู้อื่นมากกว่าตั้งอยู่บนที่ดินของตนเอง (ร้อยละ 53.3) ส่วนสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง พบว่า มีการตกแต่งแบบไทย แบบตะวันตก แบบหรรษาแบบโรมัน อย่างละ 1 แห่ง แต่ไม่มีการตกแต่งแบบสวนและแบบไทยล้านนา โดยทั้ง 4 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี เช่นเดียวกับเคย์สปา มี 3 แห่งที่จะมีการขยายสาขา ส่วนอีก 1 แห่งจะยังไม่มีการขยายสาขา มีทำเลที่ตั้งสถานประกอบการ โดยการเช่าที่ดินจากผู้อื่นมากกว่าตั้งอยู่บนที่ดินของตนเอง (ร้อยละ 13.4)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมาตรฐานผู้ดำเนินการสปาด้านการแบ่งฝ่ายการทำงาน แหล่งเงินทุน วิธีการตั้งราคาค่าบริการ ความถี่ในการฝึกอบรม และให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้

2. ด้านมาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปา	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การแบ่งฝ่ายการทำงาน				
1.1 ผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager)	26	100	4	100
1.2 ผู้ฝึกอบรม	24	80	2	6.6
1.3 ผู้ให้บริการ (Therapist)	26	100	4	100
1.4 ฝ่ายบุคคล	3	10	4	13.4
1.5 ฝ่ายการตลาด	7	23.3	4	13.4
1.6 ฝ่ายบัญชี	9	30	4	13.4
1.7 ฝ่ายธุรการ	7	23.3	4	13.4
1.8 ฝ่ายแม่บ้าน	26	100	4	100
รวม	128*	426.4	30*	100.4

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมาตรฐานผู้ดำเนินกิจการสปาด้านการ
แบ่งฝ่ายการทำงาน แหล่งเงินทุน วิธีการตั้งราคาการบริการ ความถี่ในการฝึกอบรม
และให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ (ต่อ)

2. ส่วนมาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปา	เคยสปา		สปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. แหล่งเงินทุน				
2.1 ส่วนตัว	11	36.6	2	6.6
2.2 กู้ยืม	2	6.6	0	0
รวม	13	43.2	2	6.6
3. วิธีการตั้งราคาการบริการ				
3.1 การตั้งราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ	16	61.5	3	75.0
3.2 ตั้งราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตาม ภาพลักษณ์ของสปา	6	23.1	1	25.0
3.3 ตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น	4	15.4	-	-
รวม	26	100.0	1	100.0
4. ความถี่ในการฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้				
4.1 ทุกเดือน	26	100.0	4	100.0
4.2 2-3 เดือนครั้ง	2	7.7	-	-
4.3 3-6 เดือนครั้ง	14	53.8	4	100.0
4.4 มากกว่า 6 เดือนครั้ง	5	19.2	-	-
รวม	26	100.0	4	100.0
5. การประชาสัมพันธ์ (Promotion)				
5.1 แผ่นพับ	26	100	4	100
5.2 โบปอิว	26	26.8	3	20.0
5.3 ป้าย	22	22.7	2	13.3
5.4 Web site	19	19.6	4	26.7
5.5 นิตยสาร	4	4.1	2	13.3
รวม	97*	100.0	15*	100.0

* จำนวนรวมมากกว่าจำนวนตัวอย่างเนื่องจากเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ด้านมาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาประเภทเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า เคย์สปา ส่วนใหญ่มีมาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพแบ่งฝ่ายการทำงานออกเป็นผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ผู้ให้บริการ (Therapist) และฝ่ายแม่บ้านมากที่สุด (ร้อยละ 86.6) ผู้ฝึกอบรม (ร้อยละ 80.0) และฝ่ายบุคคลน้อยที่สุด (ร้อยละ 10.0) มีแหล่งเงินทุนคือ เงินส่วนตัวมากกว่ากู้ยืม (ร้อยละ 36.6) มี 16 แห่งที่ดึงราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 6 แห่งที่ดึงราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา และอีก 4 แห่งที่ดึงราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น จากกลุ่มตัวอย่าง 14 แห่งมีการฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ทุกเดือน (26 แห่ง) รองลงมาคือ 3-6 เดือนครั้ง (14 แห่ง) มากกว่า 6 เดือนครั้ง (5 แห่ง) และทุก 2-3 เดือนครั้ง (2 แห่ง) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ และใบปลิว รองลงมาคือ ใช้ป้าย (22 แห่ง) Web site (19 แห่ง) และลงโฆษณาผ่านนิตยสาร (4 แห่ง) ตามลำดับ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ และ Website รองลงมาคือ ใช้ใบปลิว (3 แห่ง) ป้าย (2 แห่ง) และลงโฆษณาผ่านนิตยสาร (2 แห่ง) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ส่วนใหญ่มีมาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพแบ่งฝ่ายการทำงานออกเป็นผู้ให้บริการ (Therapist) ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชี ฝ่ายธุรการ และฝ่ายแม่บ้านมากที่สุด (ร้อยละ 13.4) ส่วนผู้ฝึกอบรมน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.6) มีแหล่งเงินทุนคือ เงินส่วนตัวมากกว่ากู้ยืม (ร้อยละ 6.6) จำนวน 4 แห่ง พบว่า มี 3 แห่งที่ดึงราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 1 แห่งที่ดึงราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา แต่ไม่มีการดึงราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น จำนวน 4 แห่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ 4 แห่งมีการฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ 2-3 เดือนครั้ง

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมาตรฐานผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ
ด้านจำนวนพนักงาน

3. ด้านมาตรฐานผู้ให้บริการสปา	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนพนักงาน				
1.1 1-10 คน	11	36.6	1	3.3
1.2 11-20 คน	9	30	1	3.3
1.3 มากกว่า 20 คน	6	20	2	6.6
รวม	26	100	4	100.0
2. พนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการสปาได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข	26	100	4	100
รวม	26	86.6	4	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ด้านมาตรฐานผู้ให้บริการสปาประเภทเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า เคย์สปา มีมาตรฐานผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพมีจำนวนพนักงาน 1-10 คน (ร้อยละ 36.6) จำนวน 11-20 คน (ร้อยละ 30) และมากกว่า 20 คนน้อยที่สุด (ร้อยละ 20) มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการสปาได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข (ร้อยละ 86.6) ส่วนสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า จำนวน 11-20 คน (ร้อยละ 3.3) มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการสปาได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข (ร้อยละ 86.6)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมาตรฐานการบริการกิจการสถาปัตยกรรม การให้บริการในสถาปัตยกรรม การสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหยการเปิดเพลงหรือดนตรี มีการขยายสาขา ไม่มีการขยายสาขา

4. มาตรฐานการบริการกิจการสถาปัตยกรรม	เคยสถาปัตยกรรม		สถาปัตยกรรมในรีสอร์ทหรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 รูปแบบการบริการในสถาปัตยกรรม				
1.1 แบบสถาปัตยกรรมตะวันตก	3	10	0	0
1.2 แบบไทยสถาปัตยกรรม	22	73.3	4	13.4
1.3 แบบไทยสถาปัตยกรรมผสม	1	3.3	0	0
รวม	26	100	4	100
2. การสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย				
2.1 มี				
2.2 ไม่มี	26	100.0	4	100.0
รวม	26	100.0	4	100
3. การเปิดเพลงหรือดนตรี				
3.1 มี	26	100.0	4	100.0
3.2 ไม่มี				
รวม	26	100.0	4	100.0
4. มีการขยายสาขา	26	100.0	4	100.0
5. ไม่มีการขยายสาขา	4	15.4	3	75.0
รวม	22	84.6	1	15.0
6. ระยะเวลาการดำเนินการ				
6.1 ต่ำกว่า 1 ปี	3	10	0	0
6.2 1-2 ปี	8	26.6	1	3.3
6.3 3-4 ปี	14	46.6	0	0
6.4 4 ปีขึ้นไป	5	16.6	3	10
รวม	30*	99.8	4	13.3

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมาตรฐานการบริการกิจการสปา รูปแบบการให้บริการในสปา การสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหยการเปิดเพลงหรือดนตรี มีการขยายสาขา ไม่มีการขยายสาขา (ต่อ)

4. มาตรฐานการบริการกิจการสปา	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. สิ่งอำนวยความสะดวก				
7.1 ห้องอบไอน้ำ	26	100	4	100
7.2 อ่างน้ำวน	26	100	4	100
7.3 Steam Room	26	100	4	100
7.4 Micro Bath	2	6.6	2	6.6
7.5 เครื่องปรับอากาศ	26	100	4	100
7.6 เครื่องฟอกอากาศ	18	60	4	13.4
7.7 เครื่องทำน้ำร้อน/น้ำเย็น	22	73.3	4	13.4
7.8 เครื่องทำน้ำอุ่น	26	100	4	100
รวม	26	100	4	100
8. ความแตกต่างของราคาค่าบริการระหว่างคนไทยกับต่างชาติ				
8.1 แยกต่าง	3	10.0	2	6.6
8.2 ไม่แยกต่าง	23	76.6	2	6.6
รวม	26	100	4	100
9. การคิดค่าบริการอื่นๆเพิ่มเติม				
9.1 คิดเพิ่มเติม	26	100	4	100
9.2 ไม่คิดเพิ่มเติม	26	100	-	-
รวม	26	100	4	100
10. การขยายสปาเป็นชุด	26	86.6	1	3.3
รวม	26	100	4	100

* จำนวนรวมมากกว่าจำนวนตัวอย่างเนื่องจากเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ด้านมาตรฐานการบริการ
 กิจการสปาประเภทเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า เคย์สปา มีรูปแบบสปาแบบ
 ไทยสปามากที่สุด (ร้อยละ 73.3) สปาตะวันตก (ร้อยละ 10.0) และไทยสปาอะ น้อยที่สุด (ร้อยละ
 3.3) มีพนักงาน 1- 10 คนมากที่สุด (ร้อยละ 36.6) จำนวน 11-20 คน (ร้อยละ 30.0) และจำนวน
 มากกว่า 20 คนน้อยที่สุด (ร้อยละ 20.0) มีการดำเนินงาน 3-4 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 46.6) 1 – 2 ปี
 (ร้อยละ 26.6) และต่ำกว่า 1 ปีน้อยที่สุด (ร้อยละ 10.0) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นห้องอบไอน้ำ
 อ่างน้ำวน Steam Room เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น ตู้เก็บวัตถุสืบ ถือกเกอร์เก็บของ หม้อ
 อุ่นลูกประคบ ตะกียงน้ำมันหอมระเหย เตียงนวดตัว และเตียงนวดเท้า มากที่สุด (ร้อยละ 86.6)
 เครื่องทำน้ำร้อน/น้ำเย็น (ร้อยละ 73.3) และสระว่ายน้ำ หรือห้องประชุม น้อยที่สุด (ร้อยละ 3.3) การ
 ตั้งราคาค่าบริการแตกต่างกันระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติ (ร้อยละ 10.0) และไม่แตกต่าง
 (ร้อยละ 76.6) ทั้งนี้ไม่มีการคิดค่าบริการใดๆเพิ่มเติมอีก

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า มีรูปแบบสปาแบบสปาไทยมากที่สุด (ร้อยละ
 13.4) มีพนักงานมากกว่า 20 คน มากที่สุด (ร้อยละ 6.6) จำนวน 1-10 คน และจำนวน 11-20 คน
 (ร้อยละ 6.6) สุขภาพ มีการดำเนินงาน 4 ปีขึ้นไปมากที่สุด (ร้อยละ 10.3) และ 1-2 ปี น้อยที่สุด
 (ร้อยละ 3.3) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นห้องอบไอน้ำอ่างน้ำวน Steam Room เครื่องปรับอากาศ
 เครื่องทำน้ำอุ่น ตู้เก็บวัตถุสืบ ถือกเกอร์เก็บของ หม้ออุ่นลูกประคบ ตะกียงน้ำมันหอมระเหย เตียง
 นวดตัว เตียงนวดเท้า และห้องฟิตเนส มากที่สุด (ร้อยละ 13.4) Micro Bath และห้องอาหาร (ร้อยละ
 6.6) และสระว่ายน้ำ/ห้องเสริมสวย น้อยที่สุด (ร้อยละ 3.3) การตั้งราคาแตกต่างกันระหว่างคนไทย
 และชาวต่างชาติ ทั้งนี้จะมีการคิดค่าบริการใดๆ เพิ่มเติมอีก

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปา ด้านขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย

5. มาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปา	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์				
1.1 มี	26	100.0	4	100.0
1.2 ไม่มี	-	-	-	-
2. การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย				
2.1 มี	26	100.0	4	100.0
2.2 ไม่มี	-	-	-	-
รวม	26	100.0	4	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ด้านมาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปาประเภทเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า เคย์สปา มีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย ส่วนสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ผู้ประกอบการมีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย

4.1.3 คุณภาพของการบริการลูกค้า

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณภาพของการบริการลูกค้ามาตราฐานของผู้ใช้บริการในศูนย์สปา สปป.ใน
ริศอร์ทหรือโรงแรม ภาพรวมและรายด้าน

ด้าน	ศูนย์สปา			สปาในริศอร์ทหรือโรงแรม			รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.
1. ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability)	4.03	0.56	มาก	4.14	0.48	มาก	4.06	0.54
2. การสนองตอบความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)	3.93	0.64	มาก	3.83	0.77	มาก	3.90	0.68
3. ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)	4.26	0.57	มาก	4.41	0.56	มาก	4.30	0.57
4. การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (Access)	3.92	0.58	มาก	3.99	0.50	มาก	3.94	0.56
5. การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดใจ และมีมารยาทดี (Courtesy)	4.46	0.57	มาก	4.36	0.48	มาก	4.43	0.55
6. สื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย(Communication)	3.50	0.80	มาก	3.68	0.60	มาก	3.55	0.75
7. ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (Credibility)	4.09	0.63	มาก	4.29	0.47	มาก	4.14	0.60
8. ความมั่นคงปลอดภัยของระบบใช้บริการ (Security)	4.09	0.42	มาก	4.19	0.46	มาก	4.12	0.43
9. ความเข้าใจลูกค้าเขาใจถูกที่มาได้ใจตน(Customer Understanding)	4.04	0.72	มาก	4.50	0.65	มากที่สุด	4.17	0.73
10. ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibles)	3.88	0.44	มาก	3.87	0.25	มาก	3.88	0.40
รวม	4.02	0.36	มาก	4.13	0.32	มาก	4.05	0.35

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยในด้าน “การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)” พบว่าเป็นด้านที่มีคุณภาพการบริการในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ “ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)” ($\bar{X} = 4.30$) และ “ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (Customer Understanding)” ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเคย์สปา จำนวน 200 คน พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปา อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยในด้าน “การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)” พบว่าเป็นด้านที่มีคุณภาพการบริการในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ “ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)” ($\bar{X} = 4.26$) และ “ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (Creditability)” ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม จำนวน 75 คน พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านคือ “ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (Customer Understanding)” ($\bar{X} = 4.50$) สำหรับด้านอื่น ๆ พบว่าอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของมรดกศิลปวัฒนธรรมด้านความเชื่อที่ได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ

1. ด้านความเชื่อที่ได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ	เคยสถา		สถาปนารัตนทร์หรือโรกรม		รวม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและมีกลุ่มที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี	4.34	0.70	4.27	0.88	4.32	0.75
2. การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน	4.18	0.74	4.40	0.49	4.24	0.69
3. การให้บริการรวดเร็วทันใจที่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ ได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข	4.26	0.72	4.17	1.13	4.23	0.85
4. มีการจัดระบบการจัดการบริการที่ดีมีมาตรฐานไว้ให้บริการแก่ผู้มารับบริการ	3.91	0.85	4.28	0.48	4.01	0.78
5. การต้อนรับ การให้บริการ ในแต่ละขั้นตอนลดจนการชำระเงิน	3.89	0.78	3.92	0.73	3.89	0.76
6. การตกแต่งสถานบริการสวยงาม หรูหรา บรรยากาศน่าเชื่อถือน่าใช้บริการ	3.59	0.94	3.80	1.09	3.65	0.99
รวม	4.03	0.56	4.14	0.48	4.06	0.54

จากตารางที่ 4.8 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” ($\bar{X} = 4.24$) และ “การให้บริการนวดแผนไทยที่มีคุณภาพการบริการที่น่าเชื่อถือได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข” ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้คุณภาพการบริการที่มีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ “การให้บริการนวดแผนไทยที่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข” ($\bar{X} = 4.26$) และ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดมีคุณภาพการบริการทุกคน” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ “มีการจัดระบบการจัดการการบริการที่ดีมีคุณภาพการบริการไว้ให้บริการแก่ผู้มารับบริการ” ($\bar{X} = 4.28$) และ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้คุณภาพการบริการที่มีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสถาปนาเพื่อการสนองตอบความต้องการของผู้กล้า

	เคยสถาปนา			สถาปนาหรือทรูหรือโรกรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลป้อนมาปรับปรุงให้ดีขึ้น	3.85	0.76	มาก	3.57	0.92	มาก	3.77	0.81	มาก
2 ความเพียงพอของห้องนำกับจำนวนผู้ใช้บริการ	4.00	0.71	มาก	3.92	0.82	มาก	3.97	0.74	มาก
3 ความเพียงพอของจำนวนผู้ใช้บริการ	3.89	0.80	มาก	4.08	0.82	มาก	3.94	0.81	มาก
4 ได้รับความสะดวกและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ	3.98	0.70	มาก	3.76	1.00	มาก	3.92	0.79	มาก
	3.93	0.64	มาก	3.83	0.77	มาก	3.90	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยในข้อ “ความเพียงพอของห้องนำกับจำนวนผู้ใช้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ “ความเพียงพอของจำนวนผู้ใช้บริการ” ($\bar{X} = 3.94$) “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.92$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลป้อนมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ให้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.98$) “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” ($\bar{X} = 3.89$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ “ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ให้บริการ” ($\bar{X} = 3.92$) “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.76$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ให้บริการสปาด้้านความสามารตในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม

	จุดต้อง เหมาะสม		จุดต้อง เหมาะสม		จุดต้อง เหมาะสม		รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.
1 พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)	4.48	0.60	มาก	4.51	0.50	มากที่สุด	4.48	0.58
2 พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ	4.46	0.60	มาก	4.65	0.48	มากที่สุด	4.51	0.58
3 การแนะนำบริการเมนูสปา	3.84	0.90	มาก	4.08	0.85	มาก	3.91	0.90
รวม	4.26	0.57	มาก	4.41	0.56	มาก	4.30	0.57

จากตารางที่ 4.10 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความสามารตในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ค่ายค่าเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.51$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” ($\bar{X} = 4.48$) และ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 3.91$)

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยในข้อ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.46$) และ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม จำนวน 200 คน พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.65$) และ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” ($\bar{X} = 4.51$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงพยาบาลของผู้ใช้บริการเข้าถึงบริการได้ง่าย
ไม่ยุ่งยาก

4. ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	เครือข่าย		สถานีในวิสาหกิจหรือโรงแรม		รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	S.D.	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 ท่าอากาศยาน	3.94	0.65	มาก	0.66	3.98	0.66	มาก
2 สถานีรถไฟ	3.94	0.68	มาก	0.66	3.93	0.68	มาก
3 การบริการอย่างรวดเร็ว ถูกค่าไม่ต้องรอนาน	3.97	0.64	มาก	0.72	3.98	0.66	มาก
4 บริการนัดหมายล่วงหน้า	3.85	0.73	มาก	0.66	3.87	0.71	มาก
รวม	3.92	0.58	มาก	0.50	3.94	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับ
มาก ค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยในข้อ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการ ไปมาได้สะดวก”
เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ “การบริการอย่างรวดเร็ว ถูกค่าไม่ต้องรอนาน” ($\bar{X} = 3.98$) “สถานที่
จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.93$) และ “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้านำไม่ต้องรอนาน” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย

ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” ($\bar{X} = 3.94$) “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.94$) และ “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ “การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้านำไม่ต้องรอนาน” ($\bar{X} = 4.03$) “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.95$) และ “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสถาบันเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสถาปนา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี

5. ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี	เครือข่าย		สถาบันวิจัยหรือโรงแรม		รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี	4.46	0.62	มาก	4.35	0.48	มาก
2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า	4.45	0.62	มาก	4.27	0.62	มาก
3. พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ	4.46	0.62	มาก	4.45	0.50	มาก
รวม	4.46	0.57	มาก	4.36	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมีมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.40$) และ “พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดิยริติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกิดิยริติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.45$) และ “พนักงานมีอิทธิยาศยติ พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดิยริติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกิดิยริติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.27$) และ “พนักงานมีอิทธิยาศยติ พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ให้บริการสปา ด้านสื่อความกับลูกค้าได้
 กระต่าง เจ้าใจ หมคข้อสงสัย

6. ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระต่าง เจ้าใจ หมคข้อสงสัย	เคย์สปา		สปาในริตอรัทหรือโรจนรม			รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	S.D.
1 พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ	3.64	0.93	มาก	4.01	0.65	มาก	3.74
2 พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี	3.56	0.88	มาก	4.09	0.57	มาก	3.70
3 พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา	3.30	0.92	ปานกลาง	2.95	1.04	ปานกลาง	3.20
รวม	3.50	0.80	มาก	3.68	0.60	มาก	3.55

จากตารางที่ 4.13 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระต่าง เจ้าใจ หมคข้อสงสัย อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 3.74$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 3.70$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 3.20$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 3.64$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 3.56$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 3.30$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 4.01$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 4.09$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 2.95$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสถาปนา เพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสถาปนา ด้านความน่าเชื่อถือ หรือ
 เคารพใจของผู้ให้บริการ

7. ด้านความน่าเชื่อถือ หรือ เคารพใจของผู้ให้บริการ	เฉลี่ยสถาปนา		สถาปนาในบริษัทหรือโรงแรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.
1 พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้	4.54	0.61	มากที่สุด	4.68	0.47	มากที่สุด	4.58	0.58
2 มีผู้ดำเนินการสถาปนาที่เชื่อถือได้ ในความรู้ความสามารถให้บริการ	4.03	0.82	มาก	4.61	0.61	มากที่สุด	4.19	0.81
3 มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ	3.70	0.99	มาก	3.57	1.12	มาก	3.67	1.02
รวม	4.09	0.63	มาก	4.29	0.47	มาก	4.14	0.60

จากตารางที่ 4.14 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ หรือ เคารพใจของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.58$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสถาปนาที่เชื่อถือได้ ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.19$) และ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.67$)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.54$) และ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.03$) สำหรับข้อ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.70$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก

สปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม จำนวน 200 คน พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.68$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.61$) และ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.57$)

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพของการบริการของผู้ใช้บริการopa ด้านความมั่นคงปลอดภัย
 อบอุ่นใจขณะใช้บริการ

8. ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ	เคยสถา			สถาในวีรศรทหรือโรงกรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้	4.44	0.67	มาก	4.72	0.45	มากที่สุด	4.51	0.63	มากที่สุด
2 สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ	4.44	0.65	มาก	4.56	0.62	มากที่สุด	4.47	0.65	มาก
3 เพื่อความปลอดภัยมีสื่อเอกสารให้บริการสำหรับเก็บ ทรัพย์สินที่มีค่า	4.18	0.83	มาก	4.44	0.53	มาก	4.25	0.77	มาก
4 แสงสว่างพอเพียงในการให้บริการแต่ละพื้นที่	3.90	0.63	มาก	4.17	0.78	มาก	3.97	0.69	มาก
5 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เช่น น้ามันนวด โคลนพอก	3.85	0.69	มาก	3.84	0.64	มาก	3.85	0.68	มาก
6 เจ้าของเป็นผู้มีชื่อเสียงด้านสถาและความงามนาน	3.72	0.72	มาก	3.43	1.08	มาก	3.64	0.84	มาก
รวม	4.09	0.42	มาก	4.19	0.46	มาก	4.12	0.43	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสถาเพื่อสุขภาพ ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ
 อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ "ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์
 ที่ใช้" ($\bar{X} = 4.51$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสถา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมาคือ ข้อ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” ($\bar{X} = 4.44$) และ “เพื่อความปลอดภัยมีล็อกเกอร์ไว้บริการผู้มารับบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า” ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” ($\bar{X} = 4.72$) และ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” ($\bar{X} = 4.56$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า
เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน

9.ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน	เฉลี่ยสปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ไม่คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้า เข้าใจได้	4.01	0.88	มาก	4.64	0.65	มากที่สุด
2 ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมา ปรับปรุงให้ดีขึ้น	4.08	0.68	มาก	4.36	0.78	มาก
รวม	4.04	0.72	มาก	4.50	0.65	มากที่สุด
				4.17	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจ
ตน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของ
ลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” ($\bar{X} = 4.18$) และ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น”
($\bar{X} = 4.16$)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” ($\bar{X} = 4.01$) และ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” ($\bar{X} = 4.08$)

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน อยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” ($\bar{X} = 4.64$) สำหรับข้อ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” ($\bar{X} = 4.36$) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการของธุรกิจสปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้
ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

10 ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพ ของปัจจัยการบริการ	เฉลี่ย		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ระดับการรับรู้		ค่าเฉลี่ย		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ระดับการรับรู้	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	รวม
1 มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ	3.94	0.66	4.41	0.64	มาก	4.07	0.69	มาก	4.07	0.69	มาก	
2 ภายนอกสปาที่มีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพุดผกา สมุนไพรธรรมชาติ	4.07	0.53	3.88	0.57	มาก	4.01	0.55	มาก	4.01	0.55	มาก	
3 บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จาก สมุนไพรธรรมชาติ	3.93	0.76	4.01	0.58	มาก	3.95	0.71	มาก	3.95	0.71	มาก	
4 มีการตกแต่งรูปแบบสปาเป็นเอกลักษณ์แบบสวนงาม	3.90	0.77	3.92	1.27	มาก	3.90	0.93	มาก	3.90	0.93	มาก	
5 มีเสียงดนตรีบรรเลงเบา ๆ ไพเราะ ช่วยผ่อนคลาย	3.93	0.65	3.69	0.66	มาก	3.87	0.66	มาก	3.87	0.66	มาก	
6 มีบริการนวดสัมผัสแบบผ่อนคลายหลายรูปแบบด้วยฝีมือของ นวดผู้เชี่ยวชาญ	3.87	0.67	3.81	0.69	มาก	3.85	0.67	มาก	3.85	0.67	มาก	
7 มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา	3.56	0.68	3.36	0.82	ปานกลาง	3.51	0.72	ปานกลาง	3.51	0.72	มาก	
รวม	3.88	0.44	3.87	0.25	มาก	3.88	0.40	มาก	3.88	0.40	มาก	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพ ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ “ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพฤษศาสตร์สมุนไพรธรรมชาติ” ($\bar{X} = 4.01$) และ “บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากสมุนไพรธรรมชาติ” ($\bar{X} = 3.95$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพฤษศาสตร์สมุนไพรธรรมชาติ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ “มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ” ($\bar{X} = 3.94$) และ “บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากสมุนไพรธรรมชาติ” ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ “มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา” ($\bar{X} = 3.36$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ

4.2 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถาประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา (Day Spa) กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (Hotel & Resort Spa)

4.2.1 คุณลักษณะของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการสปาที่เลือกใช้

บริการสปาที่เลือกใช้	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การนวดไทย (Thai Massage)	63	31.5	23	30.7	86	31.3
2. การทำทรีทเม้นต์หน้า (Facial Treatment)	15	7.5	20	26.7	35	12.7
3. การนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage)	16	8.0	13	17.3	29	10.5
4. การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, shoulder and Head Massage)	26	13.0	-	-	26	9.5
5. การนวดเท้า (Foot Reflexology)	23	11.5	-	-	23	8.4
6. การขัดผิวด้วยสมุนไพร การขัดผิวด้วยการท้อ (Body Scrub, Body Wrap/Mask)	16	8.0	5	6.7	21	7.6
7. การนวดประคบสมุนไพร (Thai Herbal Massage)	11	5.5	5	6.7	16	5.8
8. การบำบัดด้วยน้ำและความร้อน (Hydro and Thermal Therapy)	5	2.5	9	12.0	14	5.1
9. การทำเล็บมือเล็บเท้า (Manicure/Pedicure)	8	4.0	-	-	8	2.9
10. การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Food and Beverage)	7	3.5	-	-	7	2.5
11. การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health)	7	3.5	-	-	7	2.5
12. การฝึกสมาธิ (Meditation)	3	1.5	-	-	3	1.1

จากตารางที่ 4.18 พบว่า บริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ การนวดไทย (Thai Massage) (ร้อยละ 31.3) การทำทรีทเม้นต์หน้า (Facial Treatment) (ร้อยละ 12.7) และการนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage) (ร้อยละ 10.5) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า บริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ การนวดไทย (Thai Massage) (ร้อยละ 31.5) การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, shoulder and Head Massage) (ร้อยละ 13.0) และการนวดเท้า (Foot Reflexology) (ร้อยละ 11.5) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า บริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ การนวดไทย (Thai Massage) (ร้อยละ 30.7) การทำทรีทเม้นต์หน้า (Facial Treatment) (ร้อยละ 26.7) และการนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage) (ร้อยละ 17.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุที่รับบริการสปาเพื่อสุขภาพ

สาเหตุที่รับบริการสปาเพื่อสุขภาพ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. มีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด	128	37.1	38	31.9	166	35.8
2. สนใจรายการส่งเสริมการขาย ได้รับบัตรกำนัลหรือคูปองส่วนลดต่างๆ	72	20.9	26	21.8	98	21.1
3. มีรายการและราคาของการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการ	42	12.2	37	31.1	79	17.0
4. พนักงานต้อนรับเชิญชวนให้ทดลองใช้บริการ	54	15.7	1	0.8	55	11.9
5. ความสวยงามของการตกแต่งสถานที่	35	10.1	12	10.1	47	10.1
6. อื่นๆ	16	4.1	5	4.2	19	4.1
รวม	345*	100.0	119*	100.0	464*	100.0

* จำนวนรวมมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.19 พบว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด (ร้อยละ 35.8) รองลงมาคือ สนใจรายการส่งเสริมการขาย ได้รับบัตรกำนัลหรือคูปองส่วนลดต่างๆ (ร้อยละ 21.1) มีรายการและราคาของการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการ (ร้อยละ 17.0) พนักงานต้อนรับเชิญชวนให้ทดลองใช้บริการ (ร้อยละ 11.9) ความสวยงามของการตกแต่งสถานที่ (ร้อยละ 10.1) และเนื่องจากสาเหตุอื่นๆ (ร้อยละ 4.1) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด (ร้อยละ 37.1) รองลงมาคือ สนใจรายการส่งเสริมการขาย ได้รับบัตรกำนัลหรือคูปองส่วนลดต่างๆ (ร้อยละ 20.9) พนักงานต้อนรับเชิญชวนให้ทดลองใช้บริการ (ร้อยละ 15.7) มีรายการและราคาของการให้บริการที่เหมาะสมกับความ ต้องการ (ร้อยละ 12.2) ความสวยงามของการตกแต่งสถานที่ (ร้อยละ 10.1) และเนื่องจากสาเหตุอื่นๆ (ร้อยละ 4.1) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด (ร้อยละ 31.9) รองลงมาคือ มีรายการและราคาของการให้บริการที่เหมาะสมกับความ ต้องการ (ร้อยละ 31.1) สนใจรายการส่งเสริมการขาย ได้รับบัตรกำนัลหรือคูปองส่วนลดต่างๆ (ร้อยละ 21.8) ความสวยงามของการตกแต่งสถานที่ (ร้อยละ 10.1) เนื่องจากสาเหตุอื่นๆ (ร้อยละ 4.2) และพนักงานต้อนรับเชิญชวนให้ทดลองใช้บริการ (ร้อยละ 0.8) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสปา

ความถี่ในการใช้บริการสปา	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	81	40.5	39	52.0	120	43.6
2. เดือนละ 1-2 ครั้ง	95	47.5	24	32.0	119	43.3
3. เดือนละ 3 - 4 ครั้ง	15	7.5	12	16.0	27	9.8
4. มากกว่าเดือนละ 5 ครั้ง	9	4.5	-	-	9	3.3

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาสุขภาพน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 43.6) รองลงมาคือ ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 43.3) ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 3 - 4 ครั้ง (ร้อยละ 9.8) และใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพมากกว่าเดือนละ 5 ครั้ง (ร้อยละ 3.3) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาสุขภาพเดือนละ 1- 2 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 47.5) รองลงมาคือ ใช้บริการ สปาเพื่อสุขภาพน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง (ร้อยละ 40.5) ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 3 - 4 ครั้ง (ร้อยละ 7.5) และใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพมากกว่าเดือนละ 5 ครั้ง (ร้อยละ 4.5) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาสุขภาพน้อยกว่า เดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 52.0) รองลงมาคือ ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 1- 2 ครั้ง (ร้อยละ 32.0) และใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 3 - 4 ครั้ง (ร้อยละ 16.0) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการ ใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 1,500 บาท	149	74.5	-	-	149	54.2
2. 1,501 - 2,500 บาท	25	12.5	8	10.7	33	12.0
3. 2,501 - 3,500 บาท	24	12.0	24	32.0	48	17.5
4. มากกว่า 3,500 บาท	2	1.0	43	57.3	45	16.4

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยไม่เกิน 1,500 บาท/ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 54.2) รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สปาเฉลี่ย 2,501 - 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 17.5) เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยมากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 16.4) และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 1,501 - 2,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 12.0) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยไม่เกิน 1,500 บาท/ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 74.5) รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 1,501 - 2,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 12.5) เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 2,501 - 3,500 บาท/

ครั้ง (ร้อยละ 12.0) และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยมากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 1.0) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยมากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 57.3) รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 2,501 - 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 32.0) และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 1,501 - 2,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 10.7) ตามลำดับ

4.2.2 การใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้ความสำคัญของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพด้านต่างๆ

	เคยสปา			สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านสินค้าและบริการ	3.65	0.59	มาก	3.80	0.59	มาก	3.69	0.59	มาก
2. ด้านราคา	3.74	0.67	มาก	3.96	0.48	มาก	3.80	0.63	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	0.53	มาก	3.74	0.65	มาก	3.74	0.56	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.31	0.59	ปานกลาง	3.50	0.55	มาก	3.36	0.59	ปานกลาง
รวม	3.61	0.40	มาก	3.75	0.41	มาก	3.65	0.41	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้สปาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.80$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.74$) และด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.69$) สำหรับด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้เคย์สปาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.75$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.74$) และ ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.65$) สำหรับด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$)

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้เคย์สปาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.96$) ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.80$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.74$) และด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้ความสำคัญของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

รายการ	เคย์สปา			สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านสินค้าและบริการ	3.65	0.59	มาก	3.80	0.59	มาก	3.69	0.59	มาก
1.1 ความชำนาญของพนักงาน นวด	4.29	0.75	มาก	4.29	0.46	มาก	4.29	0.68	มาก
1.2 การให้บริการของพนักงาน	3.96	0.94	มาก	4.03	0.75	มาก	3.97	0.89	มาก
1.3 ความหลากหลายของการ บริการ	3.58	0.86	มาก	3.68	0.60	มาก	3.60	0.80	มาก
1.4 ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา	3.28	0.83	ปาน กลาง	3.33	0.99	ปาน กลาง	3.29	0.87	ปาน กลาง
1.5 ชื่อเสียงของสปา	3.15	0.81	ปาน กลาง	3.65	0.67	มาก	3.28	0.81	ปาน กลาง
2. ด้านราคา	3.74	0.67	มาก	3.96	0.48	มาก	3.80	0.63	มาก
2.1 อัตราค่าบริการ	3.74	0.67	มาก	3.96	0.48	มาก	3.80	0.63	มาก

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้ความสำคัญของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ (ต่อ)

รายการ	ศูนย์สปา			สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.75	0.53	มาก	3.74	0.65	มาก	3.74	0.56	มาก
3.1 ความสะอาด	4.36	0.73	มาก	4.56	0.50	มากที่สุด	4.41	0.68	มาก
3.2 เส้นทางไป-กลับสะดวก	3.87	0.63	มาก	3.97	0.72	มาก	3.90	0.65	มาก
3.3 ที่จอดรถสะดวกสบาย	3.76	0.65	มาก	3.79	0.68	มาก	3.76	0.66	มาก
3.4 จำนวนห้องสำหรับให้บริการ	3.58	0.82	มาก	3.59	0.59	มาก	3.58	0.77	มาก
3.5 สถานที่ตั้งของสปา	3.56	0.99	มาก	3.23	1.56	ปานกลาง	3.47	1.18	ปานกลาง
3.6 การตกแต่งสถานที่	3.36	0.98	ปานกลาง	3.28	1.10	ปานกลาง	3.34	1.01	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.31	0.59	ปานกลาง	3.50	0.55	มาก	3.36	0.59	ปานกลาง
4.1 ลดอัตราค่าบริการ	3.52	0.78	มาก	3.53	0.91	มาก	3.52	0.81	มาก
4.2 ประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง	3.34	0.77	ปานกลาง	3.56	0.53	มาก	3.40	0.72	ปานกลาง
4.3 พนักงานขายเชิญชวนให้ทดลองใช้พร้อมเสนอโปรโมชั่นพิเศษ	3.28	0.86	ปานกลาง	3.52	0.79	มาก	3.35	0.85	ปานกลาง
4.4 รับสิทธิพิเศษจากการเป็นสมาชิก	3.28	0.74	ปานกลาง	3.43	1.00	ปานกลาง	3.32	0.82	ปานกลาง
4.5 โฆษณาดึงดูดใจ	3.15	0.85	ปานกลาง	3.47	0.53	ปานกลาง	3.24	0.79	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้ความสำคัญของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เป็นรายชื่อของแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านสินค้าและบริการ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ข้อ คือ ความชำนาญของพนักงานนวด ($\bar{X} = 4.29$) การให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 3.97$) และความหลากหลายของการบริการ ($\bar{X} = 3.60$) สำหรับข้อ ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ($\bar{X} = 3.29$) และ ชื่อเสียงของสปา ($\bar{X} = 3.28$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ข้อ คือ ความชำนาญของพนักงานนวด ($\bar{X} = 4.29$) การให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 3.96$) และความหลากหลายของการบริการ ($\bar{X} = 3.58$) สำหรับข้อ ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ($\bar{X} = 3.28$) และ ชื่อเสียงของสปา ($\bar{X} = 3.15$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก 4 ข้อ คือ ความชำนาญของพนักงานนวด ($\bar{X} = 4.29$) การให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 4.03$) ความหลากหลายของการบริการ ($\bar{X} = 3.68$) ชื่อเสียงของสปา ($\bar{X} = 3.65$) สำหรับข้อ ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ($\bar{X} = 3.33$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

2. ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ในข้อ อัตราค่าบริการ ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา พบว่า ทั้งเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการในระดับมากที่สุด

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก 4 ข้อ คือ ความสะอาด ($\bar{X} = 4.41$) เดินทางไป-กลับสะดวก ($\bar{X} = 3.90$) ที่จอดรถสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.76$) และจำนวนห้องสำหรับให้บริการ ($\bar{X} = 3.58$) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ สถานที่ตั้งของสปา ($\bar{X} = 3.47$) และการตกแต่งสถานที่ ($\bar{X} = 3.34$) เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก 5 ข้อ คือ ความสะอาด ($\bar{X} = 4.36$) เดินทางไป-กลับสะดวก ($\bar{X} = 3.87$) ที่จอดรถสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.76$) จำนวนห้องสำหรับให้บริการ ($\bar{X} = 3.58$) และสถานที่ตั้งของสปา ($\bar{X} = 3.56$) สำหรับข้อ การตกแต่งสถานที่ ($\bar{X} = 3.36$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือความสะอาด ($\bar{X} = 4.56$) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ข้อ คือเดินทางไป-กลับสะดวก ($\bar{X} = 3.97$) ที่จอดรถสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.79$) และจำนวนห้องสำหรับให้บริการ

($\bar{X} = 3.59$) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือการตกแต่งสถานที่ ($\bar{X} = 3.28$) และ สถานที่ตั้งของสปา ($\bar{X} = 3.23$)

4. ด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากในข้อ การลดอัตราค่าบริการ ($\bar{X} = 3.52$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปานกลาง เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากในข้อ การลดอัตราค่าบริการ ($\bar{X} = 3.52$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปานกลาง

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก 3 ข้อ คือ ประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 3.56$) ลดอัตราค่าบริการ ($\bar{X} = 3.53$) และ พนักงานขายเชิญชวนให้ทดลองใช้ พร้อมเสนอโปรโมชั่นพิเศษ ($\bar{X} = 3.52$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปานกลาง

4.2.3 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ของผู้ให้บริการสถาปนา ด้านความเชื่อถือได้ของ คุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ

ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ	เครือข่าย		สถาปนาในวิศกรท์หรือโรงแรม		รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี	4.34	0.70	มาก	4.27	0.88	มาก
2. การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน	4.18	0.74	มาก	4.40	0.49	มาก
3. การให้บริการรวดเร็วคนไทยที่มีมาตรฐานที่นับเชื่อถือได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข	4.26	0.72	มาก	4.17	1.13	มาก
4. มีการจัดระบบการจัดการบริการที่ดีมีมาตรฐานไว้ให้บริการแก่ผู้มารับบริการ	3.91	0.85	มาก	4.28	0.48	มาก
5. การต้อนรับ การให้บริการ ในแต่ละขั้นตอนลดจนการชำระเงิน	3.89	0.78	มาก	3.92	0.73	มาก
6. การตกแต่งสถานบริการสวยงาม หุรหยา บรรยากาศน่าเชื่อถือน่าใช้	3.59	0.94	มาก	3.80	1.09	มาก
บริการ	4.03	0.56	มาก	4.14	0.48	มาก
รวม	4.03	0.56	มาก	4.14	0.48	มาก
รวม	4.06	0.54	มาก	4.06	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” ($\bar{X} = 4.24$) และ “การให้บริการนวดแผนไทยที่มีคุณภาพการบริการที่น่าเชื่อถือ ได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข” ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้คุณภาพการบริการที่มีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ “การให้บริการนวดแผนไทยที่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ ได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข” ($\bar{X} = 4.26$) และ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดมีคุณภาพการบริการทุกคน” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ “มีการจัดระบบการจัดการการบริการที่ดีมีคุณภาพการบริการไว้ให้บริการแก่ผู้มารับบริการ” ($\bar{X} = 4.28$) และ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้คุณภาพการบริการที่มีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการทางธุรกิจสถาบันเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการ สถาบัน ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้ถูกทำ

ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้ถูกทำ	เคยทำ			สถาบันหรือที่โรงแรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 การตอบสนองความคิดเห็นถูกทำถึงให้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น	3.85	0.76	มาก	3.57	0.92	มาก	3.77	0.81	มาก
2 ความเพียงพอของห้องนํ้ากับจำนวนผู้ให้บริการ	4.00	0.71	มาก	3.92	0.82	มาก	3.97	0.74	มาก
3 ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ	3.89	0.80	มาก	4.08	0.82	มาก	3.94	0.81	มาก
4 ได้รับความสะดวกและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ	3.98	0.70	มาก	3.76	1.00	มาก	3.92	0.79	มาก
รวม	3.93	0.64	มาก	3.83	0.77	มาก	3.90	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าธุรกิจสถาบันเพื่อสุขภาพ ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้ถูกทำ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยในข้อ “ความเพียงพอของห้องนํ้ากับจำนวนผู้ให้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” ($\bar{X} = 3.94$) “ได้รับความสะดวกและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.92$) และ “การสอบถามความคิดเห็นถูกทำถึงให้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ใช้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอด ขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.98$) “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” ($\bar{X} = 3.89$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ “ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ใช้บริการ” ($\bar{X} = 3.92$) “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.76$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม

ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม	เฉลี่ย			สปานิวริสอร์ทหรือโรงแรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)	4.48	0.60	มาก	4.51	0.50	มากที่สุด	4.48	0.58	มาก
2 พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ	4.46	0.60	มาก	4.65	0.48	มากที่สุด	4.51	0.58	มากที่สุด
3 การแนะนำบริการเมนูสปา	3.84	0.90	มาก	4.08	0.85	มาก	3.91	0.90	มาก
รวม	4.26	0.57	มาก	4.41	0.56	มาก	4.30	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.26 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.51$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” ($\bar{X} = 4.48$) และ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 3.91$)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.46$) และ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.65$) และ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” ($\bar{X} = 4.51$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 1 ข้อ คือ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปา ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

ด้านบริการเข้าถึงได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก	เฉลี่ยสปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.
1 ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก	3.94	0.65	มาก	0.66	มาก	3.98	0.66
2 สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ	3.94	0.68	มาก	0.66	มาก	3.93	0.68
3 การบริการอย่างรวดเร็ว ถูกค่าไม่ต้องรอนาน	3.97	0.64	มาก	0.72	มาก	3.98	0.66
4 บริการนัดหมายล่วงหน้า	3.85	0.73	มาก	0.66	มาก	3.87	0.71
รวม	3.92	0.58	มาก	0.50	มาก	3.94	0.56

จากตารางที่ 4.27 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยในข้อ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ “การบริการอย่างรวดเร็ว ถูกค่าไม่ต้องรอนาน” ($\bar{X} = 3.98$) “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.93$) และ “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการ ธุรกิจเคย์สปา ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องรอนาน” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” ($\bar{X} = 3.94$) “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.94$) และ “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการ ธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ “การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องรอนาน” ($\bar{X} = 4.03$) “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.95$) และ “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพของธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสถาปนา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีความเป็นมืออาชีพ

ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีความเป็นมืออาชีพ	เฉลี่ยสถาปนา		สถาปนาในเครือข่ายหรือโรงแรม		รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี	4.46	0.62	มาก	4.35	0.48	มาก
2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชี้แจงและไม่ก่อให้เกิดข้อพิพาท	4.45	0.62	มาก	4.27	0.62	มาก
3. พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวัง	4.46	0.62	มาก	4.45	0.50	มาก
อย่างสุภาพ	4.46	0.57	มาก	4.36	0.48	มาก
รวม				4.43	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีความเป็นมืออาชีพ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โดยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชี้แจงและไม่ก่อให้เกิดข้อพิพาท” ($\bar{X} = 4.40$) และ “พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกิดเกียรติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.45$) และ “พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกิดเกียรติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.27$) และ “พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพ ของผู้ใช้บริการสปา ด้านสื่อความกับลูกค้าได้ กระจำง เข้าใจ หมดข้อสงสัย

ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจำง เข้าใจ หมดข้อสงสัย	แต่ละสปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม			รวม			
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ	3.64	0.93	มาก	4.01	0.65	มาก	3.74	0.88	มาก
2 พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี	3.56	0.88	มาก	4.09	0.57	มาก	3.70	0.84	มาก
3 พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา	3.30	0.92	ปานกลาง	2.95	1.04	ปานกลาง	3.20	0.96	ปานกลาง
รวม	3.50	0.80	มาก	3.68	0.60	มาก	3.55	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจำง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 3.74$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 3.70$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 3.20$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 3.64$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 3.56$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 3.30$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 4.01$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 4.09$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 2.95$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ หรือ
 เกร็ดคิด ของผู้ให้บริการ

	ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเกร็ดคิด ของผู้ให้บริการ	ค่อสถา			สถาในเรือกรหรือโรกรม			รวม		
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้	4.54	0.61	มากที่สุด	4.68	0.47	มากที่สุด	4.58	0.58	มากที่สุด
2	มีผู้ดำเนินการสถาที่เชื่อถือได้ในความรูความสามารถให้บริการ	4.03	0.82	มาก	4.61	0.61	มากที่สุด	4.19	0.81	มาก
3	มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้ใช้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ	3.70	0.99	มาก	3.57	1.12	มาก	3.67	1.02	มาก
	รวม	4.09	0.63	มาก	4.29	0.47	มาก	4.14	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเกร็ดคิด ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.58$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสถาที่เชื่อถือได้ในความรูความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.19$) และ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้ใช้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.67$)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.54$) และ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.03$) สำหรับข้อ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.70$) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.68$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.61$) และ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.57$)

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจโรงพยาบาล ด้านความมั่นคงปลอดภัย
 อยู่ในใจขณะใช้บริการ

ด้านความมั่นคงปลอดภัย อยู่ดูใจขณะใช้บริการ	เคสสถา			สถาบันวิศวรรท์หรือโรงแรม			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้	4.44	0.67	มาก	4.72	0.45	มากที่สุด	4.51	0.63	มากที่สุด
2 สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ	4.44	0.65	มาก	4.56	0.62	มากที่สุด	4.47	0.65	มาก
3 เพื่อความปลอดภัยมีสื่อเทคโนโลยีการบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า	4.18	0.83	มาก	4.44	0.53	มาก	4.25	0.77	มาก
4 แสดงว่างพอเพียงในการให้บริการแต่ละพื้นที่	3.90	0.63	มาก	4.17	0.78	มาก	3.97	0.69	มาก
5 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เช่น น้ามันนวด โคลนพอก	3.85	0.69	มาก	3.84	0.64	มาก	3.85	0.68	มาก
6 เจ้าของเป็นผู้มีชื่อเสียงด้านและความงามมานาน	3.72	0.72	มาก	3.43	1.08	มาก	3.64	0.84	มาก
รวม	4.09	0.42	มาก	4.19	0.46	มาก	4.12	0.43	มาก

จากตารางที่ 4.31 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสถาปนาเพื่อสุขภาพ ด้านความมั่นคงปลอดภัย อยู่ในใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” ($\bar{X} = 4.51$) ถ้าหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมาคือ ข้อ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” ($\bar{X} = 4.44$) และ “เพื่อความปลอดภัยมีล็อกเกอร์ไว้บริการผู้มารับบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า” ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” ($\bar{X} = 4.72$) และ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” ($\bar{X} = 4.56$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการสปา ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า
เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน

	เฉลี่ย		ระดับ		S.D.		รวม	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1 ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้ความสำคัญ แนะนำให้ลูกค้า เข้าใจได้	4.01	0.88	มาก	0.65	4.64	0.65	4.18	0.87
2 ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมา ปรับปรุงให้ดีขึ้น	4.08	0.68	มาก	0.78	4.36	0.78	4.16	0.72
รวม	4.04	0.72	มาก	0.65	4.50	0.65	4.17	0.73

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจ
คน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของ
ลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” ($\bar{X} = 4.18$) และ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น”
($\bar{X} = 4.16$)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เดย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเดย์สปา ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” ($\bar{X} = 4.01$) และ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” ($\bar{X} = 4.08$)

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานธุรกิจเดย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน อยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” ($\bar{X} = 4.64$) สำหรับข้อ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” ($\bar{X} = 4.36$) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการของศูนย์บริการสุขภาพ ของผู้ให้บริการสปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้
ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพ ของปัจจัยการบริการ	เฉลี่ย		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ระดับการรับรู้		รวม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดให้บริการ	3.94	0.66	4.41	0.64	มาก	4.07	0.69	มาก
2 ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพฤษภ สมุนไพรธรรมชาติ	4.07	0.53	3.88	0.57	มาก	4.01	0.55	มาก
3 บรรยากาศของตัวกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จาก สมุนไพรธรรมชาติ	3.93	0.76	4.01	0.58	มาก	3.95	0.71	มาก
4 มีการตกแต่งรูปแบบสปาเป็นเอกลักษณ์แบบสวนงาม	3.90	0.77	3.92	1.27	มาก	3.90	0.93	มาก
5 มีเสียงดนตรีบรรเลงเบา ๆ ไพเราะ ช่างผ่อนคลาย	3.93	0.65	3.69	0.66	มาก	3.87	0.66	มาก
6 มีบริการนวดสัมผัสแบบผ่อนคลายหลายรูปแบบด้วยฝีมือของ นวดผู้เชี่ยวชาญ	3.87	0.67	3.81	0.69	มาก	3.85	0.67	มาก
7 มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา	3.56	0.68	3.36	0.82	ปานกลาง	3.51	0.72	มาก
รวม	3.88	0.44	3.87	0.25	มาก	3.88	0.40	มาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพ ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ “ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพฤษศาสตร์สมุนไพรธรรมชาติ” ($\bar{X} = 4.01$) และ “บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากสมุนไพรธรรมชาติ” ($\bar{X} = 3.95$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพฤษศาสตร์สมุนไพรธรรมชาติ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ “มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ” ($\bar{X} = 3.94$) และ “บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากสมุนไพรธรรมชาติ” ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ “มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา” ($\bar{X} = 3.36$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ

การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) เป็นการเปรียบเทียบโดยตรงจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ 275 คน

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความคิดเห็นคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้ให้บริการ ระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ภาพรวมและรายด้าน

	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability)	4.03	0.56	4.14	0.48	-1.566	0.118
2. การสนองตอบความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)	3.93	0.64	3.83	0.77	0.997	0.319
3. ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)	4.26	0.57	4.41	0.56	-2.042*	0.043
4. การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (Access)	3.92	0.58	3.99	0.50	-0.943	0.346
5. การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ให้เกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)	4.46	0.57	4.36	0.48	1.339	0.182
6. สื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย (Communication)	3.50	0.80	3.68	0.60	-1.862	0.064
7. ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (Creditability)	4.09	0.63	4.29	0.47	-2.513*	0.013
8. ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (Security)	4.09	0.42	4.19	0.46	-1.844	0.066
9. ความเข้าใจอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (Customer Understanding)	4.04	0.72	4.50	0.65	-4.843*	0.000
10. ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibles)	3.88	0.44	3.87	0.25	0.228	0.820
รวม	4.02	0.36	4.13	0.32	-2.301*	0.022

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า คุณภาพการบริการของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ดีกว่าเคย์สปา (DAY SPA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (COMPETENCE) การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ACCESS) ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (CUSTOMER UNDERSTANDING) ของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ดีกว่าเคย์สปา (DAY SPA) spa อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ

ความคิดเห็นผู้ใช้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. มีการจัดระบบการจัดการบริการที่ดี มีมาตรฐานไว้ให้บริการแก่ผู้มารับบริการ	3.91	0.85	4.28	0.48	-3.614*	0.000
2. การให้บริการนวดแผนไทยที่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข	4.26	0.72	4.17	1.13	0.710	0.478
3. ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญ เป็นอย่างดี	4.34	0.70	4.27	0.88	0.718	0.474
4. การแต่งกายสถานบริการสวยงาม หุหุระบรรยากาศน่าเชื่อถือน่าใช้บริการ	3.59	0.94	3.80	1.09	-1.576	0.116
5. การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน	4.18	0.74	4.40	0.49	-2.377*	0.018
6. การต้อนรับ การให้บริการ ในแต่ละขั้นตอน ตลอดจนการชำระเงิน	3.89	0.78	3.92	0.73	-0.338	0.736
รวม	4.03	0.56	4.14	0.48	-1.566	0.118

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ "1 มีการจัดระบบ

การจัดการการบริการที่ดีมีมาตรฐานไว้ให้บริการแก่ผู้มารับบริการ” และ ข้อ “5 การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า

ความคิดเห็นผู้ใช้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1 การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น	3.85	0.76	3.57	0.92	2.495*	0.013
2 ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ใช้บริการ	4.00	0.71	3.92	0.82	0.746	0.456
3 ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ	3.89	0.80	4.08	0.82	-1.784	0.076
4 ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ	3.98	0.70	3.76	1.00	2.009*	0.046
รวม	3.93	0.64	3.83	0.77	0.997	0.319

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า พบว่า สปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ “1 การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” และข้อ “4 ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องและเหมาะสม

ความคิดเห็นผู้ให้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1 พนักงาน มีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)	4.48	0.60	4.51	0.50	-0.406	0.685
2 พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ	4.46	0.60	4.65	0.48	-2.505*	0.013
3. การแนะนำบริการเมนูสปา	3.84	0.90	4.08	0.85	-1.991*	0.047
รวม	4.26	0.57	4.41	0.56	-2.042*	0.043

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ($\bar{X} = 4.41$) จะมีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ($\bar{X} = 4.26$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ 2 พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” และข้อ 3 การแนะนำบริการเมนูสปา” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

ความคิดเห็นผู้ให้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. ทำเลที่ตั้งของสถานที่บริการไปมาได้สะดวก	3.94	0.65	4.09	0.66	-1.790	0.075
2. สถานที่จอดรถสะดวก ง่ายเพียงพอ	3.94	0.68	3.91	0.66	0.363	0.717
3. การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้านำไม่ต้องรอนาน	3.97	0.64	4.03	0.72	-0.685	0.494
4. บริการนั้คเหมาะสมว่่งหน้า	3.85	0.73	3.95	0.66	-1.056	0.292
รวม	3.92	0.58	3.99	0.50	-0.943	0.346

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก พบว่า สปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม มีมาตรฐานไม่แตกต่างจากเคย์สปา

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมนั้ที่เกียรติ และมารยาทดี

ความคิดเห็นผู้ให้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. พนักงานมีความสุขภาพและมารยาทดี	4.46	0.62	4.35	0.48	1.374	0.171
2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า	4.45	0.62	4.27	0.62	2.192*	0.029
3. พนักงานมี อธิยาศั้ยดี ทูคจวไฟเราะ บริการคั้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ	4.46	0.62	4.45	0.50	0.084	0.933
รวม	4.46	0.57	4.36	0.48	1.339	0.182

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมารยาทดี พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ “ 2 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชื่นแยมแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย

ความคิดเห็นผู้ให้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. พนักงานสามารถหาคือสารได้หลากหลาย	3.30	0.92	2.95	1.04	2.703	0.077
2. พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี	3.56	0.88	4.09	0.57	-4.927*	0.000
3. พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปา ได้ทุกรายการ	3.64	0.93	4.01	0.65	-3.238	0.051
รวม	3.50	0.80	3.68	0.60	-1.862	0.064

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ สงสัย พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ “2 พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเกรดิก ของผู้ให้บริการ

ความคิดเห็นผู้ให้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. พนักงานมีความซื่อสัตย์ และไว้วางใจได้	4.54	0.61	4.68	0.47	-1.801	0.073
2. มีผู้ คำนึงการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ	4.03	0.82	4.61	0.61	-5.629*	0.000
3. มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ	3.70	0.99	3.57	1.12	0.913	0.362
รวม	4.09	0.63	4.29	0.47	-2.513*	0.013

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเกรดิก ของผู้ให้บริการ พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ($\bar{X} = 4.29$) จะมีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ($\bar{X} = 4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ “2.มีผู้ คำนึงการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นขณะใช้บริการ

ความคิดเห็นผู้รับบริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. เพื่อความปลอดภัยมีสื่อเอกสารไว้บริการผู้มารับบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า	4.18	0.83	4.44	0.53	-2.578*	0.010
2. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เช่น น้ำมันนวด โครนพอก	3.85	0.69	3.84	0.64	0.109	0.913
3. ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้	3.72	0.72	3.43	1.08	2.606*	0.010
4. แสงสว่างพอเพียงในการให้บริการแต่ละพื้นที่	3.90	0.63	4.17	0.78	-2.986*	0.003
5. สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ	4.44	0.65	4.56	0.62	-1.431	0.154
6. ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้	4.44	0.67	4.72	0.45	-3.406*	0.001
รวม	4.09	0.42	4.19	0.46	-1.844	0.066

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นขณะใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ “1 เพื่อความปลอดภัยมีสื่อเอกสารไว้บริการผู้มารับบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า” “3 ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” “4 แสงสว่างพอเพียงในการให้บริการ แต่ละพื้นที่” และ “6 ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน

ความคิดเห็นผู้ใช้บริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. ความเข้าใจ ถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้	4.01	0.88	4.64	0.65	-5.677*	0.000
2. ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น	4.08	0.68	4.36	0.78	-2.930*	0.004
รวม	4.04	0.72	4.50	0.65	-4.843*	0.000

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ($\bar{X} = 4.50$) จะมีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ($\bar{X} = 4.04$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

ความคิดเห็นผู้รับบริการ	เคย์สปา		สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม		t	P-Value
	\bar{x}	SD.	\bar{x}	SD.		
1. มีการตกแต่งรูปแบบสปาเป็นเอกลักษณ์แบบสวยงาม	3.90	0.77	3.92	1.27	-0.198	0.843
2. มีการจัดเตรียมน้ำคั้นสมุนไพรสดไว้บริการ	3.94	0.66	4.41	0.64	-5.412*	0.000
3. มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา	3.56	0.68	3.36	0.82	2.059*	0.040
4. บรรยากาศหอมคั่วกลิ่นน้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรธรรมชาติ	3.93	0.76	4.01	0.58	-0.915	0.361
5. ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหยจากพฤษาสมุนไพรธรรมชาติ	4.07	0.53	3.88	0.57	2.523*	0.012
6. มีเสียงดนตรีบรรเลงเบาๆ ไพเราะช่วยผ่อนคลาย	3.93	0.65	3.69	0.66	2.693*	0.008
7. มีบริการนวดสัมผัสแบบผ่อนคลายหลายรูปแบบด้วยฝีมือหมอนวดผู้เชี่ยวชาญ	3.87	0.67	3.81	0.69	0.621	0.535
รวม	3.88	0.44	3.87	0.25	0.228	0.820

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ในภาพรวมการจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา ในข้อ “2 มีการจัดเตรียมน้ำคั้นสมุนไพรสดไว้บริการ” “3 มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา” “5 ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหยจากพฤษาสมุนไพรธรรมชาติ” และ “6 มีเสียงดนตรีบรรเลงเบาๆ ไพเราะช่วยผ่อนคลาย” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร” มีผลสรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามหัวข้อต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

สมมติฐานในการวิจัย

1. การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับดี
2. การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครของเคย์สปาสูงกว่าสปาในโรงแรม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการสปาและผู้ให้บริการสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ประเภทเคย์สปา (DAY SPA) และสปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) ที่ผ่านมาตรฐานตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข ที่มีรายชื่อรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุขประจำปี 2550 จำนวน 114 แห่ง เป็นผู้ใช้บริการเคย์สปา (DAY SPA) จำนวน 200 คน และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA) จำนวน 75 คน ผู้ประกอบการ 30 คน จาก 30 แห่ง

5.1 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ประเภท เคย์สปา (Day Spa) และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (Hotel & Resort Spa) ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.1.1. การจัดการตามมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 แห่ง โดยแบ่งเป็นเคย์สปา 26 แห่ง และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง โดยมุ่งศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน ดังนี้

5.1.1.1 ด้านมาตรฐานสถานที่

1) เคย์สปา จำนวน 26 แห่ง พบว่า มีรูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปาแบบ ไทย มากที่สุด (ร้อยละ 50.0) รองลงมาคือ ตกแต่งแบบตะวันตก (ร้อยละ 19.2) และปานกลาง คือ ตกแต่งแบบหรรษา และ ตกแต่งแบบสวน (ร้อยละ 11.5) โดยทั้ง 26 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง พบว่า มีการตกแต่งแบบไทย แบบ ตะวันตก แบบหรรษาแบบโรมัน อย่างละ 1 แห่ง แต่ไม่มีการตกแต่งแบบสวนและแบบไทยล้านนา โดยทั้ง 4 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี เช่นเดียวกับเคย์สปา

5.1.1.2 ด้านมาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปา/ผู้จัดการสปา (Spa Manager)

1) เคย์สปา พบว่า มี 16 แห่งที่ผู้ดำเนินการสปา/ผู้จัดการสปา (Spa Manager) กำหนดราคาเองโดยตั้งราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 6 แห่งที่ตั้งราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา และอีก 4 แห่งที่ตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น จำนวน 26 แห่ง พบว่า ผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ทำสื่อประชาสัมพันธ์เอง มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อแผ่นพับ และใบปลิว รองลงมาคือ ใช้ป้าย (22 แห่ง) Web site (19 แห่ง) และลงโฆษณาผ่านนิตยสาร (4 แห่ง) ตามลำดับ มีการฝึกอบรมพนักงานนวดและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทุกเดือน (26 แห่ง) รองลงมา คือ 3- 6 เดือนครั้ง (14 แห่ง) มากกว่า 6 เดือนครั้ง (5 แห่ง) และทุก 2-3 เดือนครั้ง (2 แห่ง)

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า มี 3 แห่งที่ตั้งราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 1 แห่งที่ตั้งราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา แต่ไม่มีการตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น แห่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้ง 4 แห่ง มีการ

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ และ Website รองลงมาคือ ใช้โบปลิว (3 แห่ง) ป้าย (2 แห่ง) และลงโฆษณาผ่านนิตยสาร (2 แห่ง) ตามลำดับ มีการการฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ 2-3 เดือนครั้ง

5.1.1.3 ด้านมาตรฐานผู้ให้บริการ

1) เคย์สปา พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.6) มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ที่ได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.6) มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข

5.1.1.4 ด้านมาตรฐานการบริการกิจการสปา

1) เคย์สปา พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.6) จะยัง ไม่มีการขยายสาขา แต่ก็มีถึง 4 แห่ง (ร้อยละ 15.4) ที่จะมีการขยายสาขา โดยทั้ง 26 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า มี 3 แห่งใน 4 แห่ง ที่จะมีการขยายสาขา ส่วนอีก 1 แห่งจะยังไม่มีการขยายสาขา โดยทั้ง 4 แห่ง มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี เช่นเดียวกับเคย์สปา

5.1.1.5 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

1) เคย์สปา มีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย

5.1.2 คุณภาพของการบริการลูกค้า

คุณภาพของการบริการลูกค้าตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของผู้ใช้บริการในเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า “การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ “ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)” ($\bar{X} = 4.30$) และ “ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน (Customer Understanding)” ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา เป็นดังนี้

5.1.2.1 **เคย์สปา พบว่า** ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปา อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยในด้าน “การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ “ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ถูกต้องเหมาะสม (Competence)” ($\bar{X} = 4.26$) และ “ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (Creditability)” ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

5.1.2.2 **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า** ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าคุณภาพการบริการที่อยู่ในระดับดีมาก 1 ด้านคือ “ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (Customer Understanding)” ($\bar{X} = 4.50$) สำหรับด้านอื่นๆ พบว่าอยู่ในระดับดี

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 10 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.32$) รองลงมาคือ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” ($\bar{X} = 4.24$) และ “การให้บริการนวดแผนไทยที่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข” ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) **เคย์สปา พบว่า** ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าธุรกิจเคย์สปา ด้านความเชื่อถือได้ในการบริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาคือ “การให้บริการนวดแผนไทยที่มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือได้ตามระเบียบกระทรวงสาธารณสุข” ($\bar{X} = 4.26$) และ “การแต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

2) **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า** ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ด้านความเชื่อถือได้ของการบริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “การ

แต่งกายของพนักงานเหมาะสมและสะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาคือ “มีการจัดระบบการจัดการการบริการที่ดีมีมาตรฐานไว้ให้บริการแก่ผู้มารับบริการ” ($\bar{X} = 4.28$) และ “ผู้ให้บริการผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐานมีความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี” ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

ด้านที่ 2 ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ใช้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” ($\bar{X} = 3.94$) “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.92$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา เป็นดังนี้

1) เคย์สปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ใช้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.98$) “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” ($\bar{X} = 3.89$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ “ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ใช้บริการ” ($\bar{X} = 3.92$) “ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ” ($\bar{X} = 3.76$) และ “การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น” ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ด้านที่ 3 ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.30 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมี

ความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.51$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” ($\bar{X} = 4.48$) และ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

1) **เคย์สปา** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปา ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.46$) และ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

2) **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” ($\bar{X} = 4.65$) และ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” ($\bar{X} = 4.51$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 1 ข้อ คือ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ($\bar{X} = 4.08$)

ด้านที่ 4 การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (Access)

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ “การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้านำไม่ต้องรอนาน” ($\bar{X} = 3.98$) “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.93$) และ “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) **เคย์สปา** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปา ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในข้อ “การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้านำไม่ต้องรอนาน” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” ($\bar{X} = 3.94$) “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.94$) และ “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

2) **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับดี

ด้วยค่าเฉลี่ย 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “ทำเลที่ตั้งของสถานบริการไปมาได้สะดวก” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ “การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องรอนาน” ($\bar{X} = 4.03$) “บริการนัดหมายล่วงหน้า” ($\bar{X} = 3.95$) และ “สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ” ($\bar{X} = 3.91$) ตามลำดับ

ด้านที่ 5 การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.40$) และ “พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) **เคย์สปา** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.45$) และ “พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

2) **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในข้อ “พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ “พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า” ($\bar{X} = 4.27$) และ “พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ” ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ

ด้านที่ 6 สื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย (Communication)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 3.74$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี”

($\bar{X} = 3.70$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 3.20$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) **เคย์สปา** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปา ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 3.64$) และ “พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 3.56$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 3.30$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

2) **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” ($\bar{X} = 4.01$) และ “พนักงาน ผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” ($\bar{X} = 4.09$) สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” ($\bar{X} = 2.95$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ด้านที่ 7 ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (Creditability)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.58$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.19$) และ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) **เคย์สปา** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานธุรกิจเคย์สปา ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของ ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.54$) และ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือ ได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.03$) สำหรับข้อ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.70$) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก

2) **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ

“พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้” ($\bar{X} = 4.68$) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” ($\bar{X} = 4.61$) และ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ($\bar{X} = 3.57$)

ด้านที่ 8 ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (Security)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” ($\bar{X} = 4.51$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) **เคย์สปา** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.44$) รองลงมาคือ ข้อ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” ($\bar{X} = 4.44$) และ “เพื่อความปลอดภัยมีล็อกเกอร์ไว้บริการผู้มารับบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า” ($\bar{X} = 4.18$) ตามลำดับ

2) **สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” ($\bar{X} = 4.72$) และ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” ($\bar{X} = 4.56$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ

ด้านที่ 9 ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (Customer Understanding)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.17 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” ($\bar{X} = 4.18$) และ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้า หลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) **เคย์สปา** พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการของธุรกิจเคย์สปา ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของ

ลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้" ($\bar{X} = 4.01$) และ "ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้า หลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น" ($\bar{X} = 4.08$)

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน อยู่ในระดับดีมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ "ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้" ($\bar{X} = 4.64$) สำหรับข้อ "ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น" ($\bar{X} = 4.36$) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก

ด้านที่ 10 ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibles)

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ "มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ" เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ "ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพฤษยาสมุนไพรธรรมชาติ" ($\bar{X} = 4.01$) และ "บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากสมุนไพรธรรมชาติ" ($\bar{X} = 3.95$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

1) เคสปา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคสปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ "ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากพฤษยาสมุนไพรธรรมชาติ" เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ "มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ" ($\bar{X} = 3.94$) และ "บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย Aromatherapy จากสมุนไพรธรรมชาติ" ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

2) สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เห็นด้วยในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ "มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา" ($\bar{X} = 3.36$) สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ

5.1.3 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

5.1.3.1. การใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

1) สาเหตุที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด (ร้อยละ 35.8) เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปาเป็น ดังนี้

เคย์สปา จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเคย์สปา จำนวน 200 คน พบว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด (ร้อยละ 37.1)

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 75 คน พบว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด (ร้อยละ 31.9)

2) บริการสปาที่เลือกใช้ พบว่า บริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การนวดไทย (Thai Massage) (ร้อยละ 31.3) การทำทรีทเม้นต์หน้า (Facial Treatment) (ร้อยละ 12.7) และการนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage) (ร้อยละ 10.5) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา เป็นดังนี้

เคย์สปา จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเคย์สปา จำนวน 200 คน พบว่า บริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ การนวดไทย (Thai Massage) (ร้อยละ 31.5) การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, shoulder and Head Massage) (ร้อยละ 13.0) และการนวดเท้า (Foot Reflexology) (ร้อยละ 11.5) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 75 คน พบว่า บริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ การนวดไทย (Thai Massage) (ร้อยละ 30.7) การทำทรีทเม้นต์หน้า (Facial Treatment) (ร้อยละ 26.7) และการนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage) (ร้อยละ 17.3) ตามลำดับ

3) ความถี่ในการใช้บริการสปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาสุขภาพน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 43.6) รองลงมาคือ ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 1- 2 ครั้ง (ร้อยละ 43.3) ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 3 - 4 ครั้ง (ร้อยละ 9.8) และใช้

บริการสปาเพื่อสุขภาพมากกว่าเดือนละ 5 ครั้ง (ร้อยละ 3.3) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา เป็นดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาสุขภาพเดือนละ 1- 2 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 47.5) รองลงมาคือ ใช้บริการ สปาเพื่อสุขภาพน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง (ร้อยละ 40.5) ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 3 - 4 ครั้ง (ร้อยละ 7.5) และใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพมากกว่าเดือนละ 5 ครั้ง (ร้อยละ 4.5) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาสุขภาพน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 52.0) รองลงมาคือ ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 1- 2 ครั้ง (ร้อยละ 32.0) และใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเดือนละ 3 - 4 ครั้ง (ร้อยละ 16.0) ตามลำดับ

4) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยไม่เกิน 1,500 บาท/ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 54.2) รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สปาเฉลี่ย 2,501 - 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 17.5) เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยมากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 16.4) และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 1,501 - 2,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 12.0) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา เป็นดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยไม่เกิน 1,500 บาท/ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 74.5) รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 1,501 - 2,500 บาท/ครั้ (ร้อยละ 12.5) เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 2,501 - 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 12.0) และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยมากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 1.0) ตามลำดับ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยมากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 57.3) รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 2,501 - 3,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 32.0) และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ย 1,501 - 2,500 บาท/ครั้ง (ร้อยละ 10.7) ตามลำดับ

5) การให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้สปาเพื่อสุขภาพ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้สปาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.80$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.74$) และด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.69$) สำหรับด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาจำแนกตามธุรกิจสปา ดังนี้

เคย์สปา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้เคย์สปาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.75$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.74$) และ ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.65$) สำหรับด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$)

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้เคย์สปาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.96$) ด้านสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 3.80$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.74$) และด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ

5.1.4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ให้บริการ ระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

ผลการทดสอบ พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการคิดว่าสปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม ($\bar{X} = 4.13$) มีคุณภาพการบริการสูงกว่าเคย์สปา ($\bar{X} = 4.02$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการคิดว่าสปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม มีคุณภาพการบริการสูงกว่าเคย์สปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ใน 4 ด้าน คือ “ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม (COMPETENCE)” “ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (CREDITABILITY)” “ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (SECURITY)” และ “ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (CUSTOMER UNDERSTANDING)” สำหรับด้านอื่นๆ พบว่า มีคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขต

กรุงเทพมหานคร พบว่า

5.2.1.1 ด้านการมาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการ

จากผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการเคย์สปา จำนวน 26 แห่ง พบว่า มีรูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปาแบบไทย มากที่สุด ส่วนสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีการตกแต่งแบบไทย แบบตะวันตก แบบหรูหราแบบโรมัน อย่างละ 1 แห่ง แต่ไม่มีการตกแต่งแบบสวนและแบบไทยล้านนา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า การตกแต่งแบบสวนต้องใช้เนื้อที่มากและที่ดินในเขตกรุงเทพมหานครมีราคาแพง

5.2.1.2 ด้านการมาตรฐานผู้ดำเนินการสปา

จากผู้ประกอบการที่ให้บริการเคย์สปา จำนวน 26 แห่ง พบว่า มี 16 แห่งที่จัดราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 6 แห่งที่จัดราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา และอีก 4 แห่งที่จัดราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น โดยผู้ประกอบการที่ให้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง พบว่า มี 3 แห่งที่จัดราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ มี 1 แห่งที่จัดราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือตามภาพลักษณ์ของสปา แต่ไม่มีการจัดราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น จะเห็นได้ว่าการจัดราคาส่วนใหญ่จะคำนึงถึงต้นทุนเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้ง 26 แห่ง มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ และใบปลิวมากที่สุด ส่วนผู้ประกอบการที่ให้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้ง 4 แห่ง มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อแผ่นพับ และ Website มากที่สุด เนื่องจากว่าการใช้สื่อมีความสำคัญมากในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่าง 14 แห่งมีการฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ 2-3 เดือนครึ่ง ส่วนผู้ประกอบการที่ให้บริการ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ 4 แห่งมีการฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ 2-3 เดือนครึ่ง

5.2.1.3 ด้านมาตรฐานผู้ให้บริการ

เคย์สปา พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.6) มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการกิจการสปา (Spa Manager) ได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข เนื่องจากเป็นกฎหมายในการดำเนินการธุรกิจ

สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.6) มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการกิจการสปา (Spa Manager) ได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข

5.2.1.4 ด้านมาตรฐานการบริการกิจการสปา

จากผู้ประกอบการที่ให้บริการเคย์สปา พบว่า ส่วนใหญ่จะยังไม่มีกรขยายสาขา แต่ก็มีถึง 4 แห่ง ที่จะมีการขยายสาขา ส่วนผู้ประกอบการที่ให้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จำนวน 4 แห่ง พบว่า มี 3 แห่งที่มีการขยายสาขา ส่วนอีก 1 แห่งจะยังไม่มีกรขยายสาขา โดยทั้ง 4 แห่งมีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และ มีการเปิดเพลงหรือดนตรี เช่นเดียวกับเคย์สปา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า การขยายสาขาคงใช้เงินทุนสูง

5.2.1.5 ด้านมาตรฐานความปลอดภัย

จากผู้ประกอบการที่ให้บริการเคย์สปา พบว่า เคย์สปา มีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย ส่วนสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ผู้ประกอบการมีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะอาดอยู่ในระดับมากที่สุด

5.2.2 การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPAM)

จากการสรุปผล พบว่า สาเหตุหลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการเคย์สปา และผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม มีสาเหตุหลักในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ เนื่องจากมีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด เช่นเดียวกัน

บริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด คือ การนวดไทย (Thai Massage) โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา และผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เลือกใช้มากที่สุด คือ การนวดไทย (Thai Massage) เช่นเดียวกัน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าสาเหตุหลักที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ อาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด ส่งผลให้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการนวดไทย (Thai Massage) มากที่สุด เพื่อคลายอาการปวดเมื่อย และผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวัชรภรณ์ อักษรแหลม (2547 : 15) พบว่า ร่างกายคนเราต้องทำงานตลอดเวลา การนั่ง ยืน นอน อาจไม่ถูกวิธี ทำให้เกิดภาวะความเครียด เส้นสายในร่างกายแข็งทำให้เกิดอาการปวดเมื่อย ก็ต้องไปหาหมอนวดเพื่อให้คนช่วยวิธีรักษาหรือนวดผ่อนคลาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาสุขภาพน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา ใช้บริการสปาสุขภาพเดือนละ 1- 2 ครั้ง และผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ใช้บริการสปาสุขภาพน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของศรีสุภา ชัยชนะ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปาเดือนละ 1 ครั้ง สาเหตุที่มาใช้บริการสปาที่สำคัญที่สุดเพื่อต้องการพักผ่อนคลายเครียด

กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยไม่เกิน 1,500 บาท/ครั้ง ผู้ใช้บริการเคย์สปาจะเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยไม่เกิน 1,500 บาท/ครั้ง ส่วนผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จะเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยมากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าอัตราค่าใช้จ่ายในการบริการของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมมีราคาสูงกว่าเคย์สปา จึงส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญชลี ภูอิทธิวงศ์ (2547 : บทคัดย่อ) พบว่าด้านราคาค่าบริการเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกใช้บริการสปา

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้สปาในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสินค้าและบริการ สำหรับด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา ให้ความสำคัญในการเลือกใช้เคย์สปาในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และ ด้านสินค้าและบริการ สำหรับด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ให้ความสำคัญในการเลือกใช้เคย์สปาในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

5.2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยภาพรวมของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับดีทุกด้าน สำหรับผู้ใช้บริการเคย์สปาเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการ

ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับดีทุกด้าน สำหรับผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับดีมาก 1 ด้าน คือ “ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน(Customer Understanding)” ส่วนด้านอื่นๆ พบว่า อยู่ในระดับดี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าหลังจากผู้ใช้บริการได้รับบริการเรียบร้อยแล้ว ผู้ให้บริการจะสอบถามการรับรู้การรู้สึกและสัมผัสได้จากที่ผู้ใช้บริการได้รับบริการ ไปแล้วว่า ขณะได้รับบริการ รู้สึกผ่อนคลาย คลายเครียด หรือเครียดเพราะความเจ็บปวดจากน้ำหนักมือของผู้ให้บริการ เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อจะได้นำข้อบกพร่องระหว่างกาให้บริการมาแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน ส่งผลให้คุณภาพการบริการของธุรกิจสปาอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พัลลภ วานิช (2545 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้ให้บริการมุ่งเน้นให้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้รับรู้ถึงการเอาใจใส่ ความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคนในด้านคุณภาพการบริการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 10 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (RELIABILITY)

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ส่วนผู้ใช้บริการสปาใน รีสอร์ทหรือ โรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าสถานประกอบการธุรกิจสปามีการจัดระบบการจัดการการบริการที่ดีมีมาตรฐานไว้คอยให้บริการแก่ผู้มารับบริการและการแต่งกายของพนักงานเหมาะสม สะอาดเป็นมาตรฐานทุกคน ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการแต่เมื่อทำการทดสอบหรือเปรียบเทียบ ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปา กับสปาใน รีสอร์ทหรือ โรงแรม พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวาราณา อัจฉริยบุตร

(2547 : ๑)

ด้านที่ 2 ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า (RESPONSIVENESS)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ส่วนผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าสถานประกอบการได้จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาแก่ผู้ใช้บริการก่อนรับบริการ มีการตรวจสอบความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการหลังรับบริการทุกครั้ง เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า แต่เมื่อทำการทดสอบหรือเปรียบเทียบด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้าระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปากับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ด้านที่ 3 ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ถูกต้องเหมาะสม (COMPETENCE)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” และ “การแนะนำบริการเมนูสปา” โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ ส่วนผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ” และ “พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 1 ข้อ คือ “การแนะนำบริการเมนูสปา” ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าได้มีการคัดเลือกผู้ให้บริการที่มีความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ถูกต้อง ได้ผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐาน มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการการนวดเพื่อรักษาหรือนวดเพื่อผ่อนคลาย การลง

นำหมักมือในการนวดรู้จักผ่อนคลายผ่อนคลายทำให้ผู้มาใช้บริการได้รู้สึกและสัมผัสได้ถึงความผ่อนคลายความเครียดในระหว่างมารับบริการเป็นอย่างดี สามารถแนะนำบริการเมนูสปาได้เป็นอย่างดีได้ผ่านการฝึกอบรมและฝึกฝนที่ได้มาตรฐาน ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสมระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัลลภ วานิช (2545 : ๗)

ด้านที่ 4 การเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (ACCESS)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ส่วนผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับดี พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ได้จัดให้มีบริการการนัดหมายล่วงหน้า เมื่อผู้มาใช้บริการเดินทางมาถึงไม่ต้องรอนาน สามารถได้รับการบริการตามขั้นตอนนี้ได้เลย สถานที่ที่ตั้งตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาสะดวกสบาย มีที่จอดรถไว้บริการผู้มาใช้บริการอย่างเพียงพอ ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก การบริการอย่างรวดเร็ว สถานที่จอดรถสะดวกสบายเพียงพอ ทำเลที่ตั้งของสถานที่บริการไปมาได้สะดวก แต่เมื่อทำการทดสอบหรือเปรียบเทียบด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุตา ชัยชนะ (2546 : ๑)

ด้านที่ 5 การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมีมารยาทดี (COURTESY)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมีมารยาทดี อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดเกียรติ และมี

มารยาทดี อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ส่วนผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดรอยยิ้ม และมีมารยาทดี อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าผู้ใช้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกิดรอยยิ้ม ลูกค้าขณะให้บริการไม่ชวนลูกค้าคุยหรือซักถามเรื่องส่วนตัวของลูกค้า มีมารยาทไทย ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดรอยยิ้มและมีมารยาทดี แต่เมื่อทำการทดสอบหรือเปรียบเทียบด้านการบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกิดรอยยิ้มและมีมารยาทดีระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปากับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวธนา อัจฉริยะบุตร (2547 : ๕)

ด้านที่ 6 ชื่อความกับลูกค้าได้กระจำ เข้าใจ หมดข้อสงสัย (COMMUNICATION)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจำ เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” และ “พนักงานผู้ใช้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจำ เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” และ “พนักงานผู้ใช้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจำ เข้าใจ หมดข้อสงสัย อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสปาได้ทุกรายการ” และ “พนักงานผู้ใช้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี” สำหรับข้อ “พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าผู้ใช้บริการสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา สามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในแต่ละเมนูสปาได้ทุกรายการเป็นอย่างดีโดยไม่มีอาการการลังเล ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจที่จะใช้บริการในเมนูนั้นๆ ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านการสื่อความระหว่างผู้ใช้บริการกับ

ผู้ใช้บริการ ได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัย แต่เมื่อทำการทดสอบหรือเปรียบเทียบด้านการสื่อความ กับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมดข้อสงสัยระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ท หรือโรงแรม พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ด้านที่ 7 ความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (CREDITABILITY)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อ สุขภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และ ไว้วางใจได้” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ใน ความรู้ความสามารถให้บริการ” และ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับ มากที่สุด 2 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และ ไว้วางใจได้” และ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ ในความรู้ความสามารถให้บริการ” สำหรับข้อ “มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับ บริการ” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก ส่วนผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรม ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของ ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก ที่สุด 1 ข้อ คือ “พนักงานมีความซื่อสัตย์และ ไว้วางใจได้” กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ข้อ คือ “มีผู้ดำเนินการสปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ” และ “มีแพทย์ดูแลให้ คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ” ทั้งนี้อาจเนื่องผู้ดำเนินการสปา (SPA MANAGER) เป็น ผู้เชี่ยวชาญมีความสามารถที่เชื่อถือได้ในด้านการให้บริการสปา ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพ การบริการด้านการความน่าเชื่อถือหรือเครดิตของผู้ให้บริการ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยคะแนนด้านความน่าเชื่อถือหรือเครดิตของผู้ให้บริการระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปา กับ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัลลภ วานิช (2545 : ข)

ด้านที่ 8 ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (SECURITY)

ผลการวิจัย พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อ สุขภาพ ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ ที่ใช้” สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ใช้บริการเคย์สปา เห็นว่า คุณภาพการบริการธุรกิจเคย์สปา ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยในข้อ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” เป็นข้อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ข้อ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” และ “เพื่อความปลอดภัย มีสื่อเทอร์มินัลให้บริการผู้มารับบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า” ตามลำดับ โดยสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคสป่าในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้” และ “สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ” สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า ผู้ใช้บริการจะเน้นถึงความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการให้บริการ เนื่องจากกลัวการติดเชื้อจากการใช้วัสดุอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์จากสถานบริการสปา พื้นที่ที่ให้บริการภายในสปา มีแสงสว่างที่พอเพียง ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ ระหว่างผู้ใช้บริการเคสปากับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุภา ชัยชนะ (2546 : จ)

ด้านที่ 9 ความเข้าใจลูกค้าเอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน (CUSTOMER UNDERSTANDING)

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” และ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” โดยผู้ใช้บริการเคสป่า เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคสป่า ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” และ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” โดยผู้ใช้บริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการธุรกิจเคสป่าในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน อยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือ “ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้” สำหรับข้อ “ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่า มีการตรวจสอบความพึงพอใจจาก

ลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องต่างๆ มาปรับปรุงให้ดีขึ้น และความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษาแนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้ ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนด้านความเข้าอกเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน ระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ อักษรแหลม (2547 : 15)

ด้านที่ 10 ส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (TANGIBLES)

ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณภาพการบริการ ธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพ ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยเคย์สปา เห็นว่าคุณภาพการบริการ ธุรกิจเคย์สปา ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ โดยผู้ใช้บริการ สปา ในรีสอร์ทหรือโรงแรม เห็นว่าคุณภาพการบริการ ธุรกิจเคย์สปา ในรีสอร์ทหรือโรงแรม ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ “มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา” สำหรับข้ออื่นๆ พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากได้มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา ภายในสปา มีกลิ่นน้ำมันหอมระเหยจากพฤษาสมุนไพรธรรมชาติ มีเสียงดนตรีไทยบรรเลงเบาๆ ไพเราะช่วยผ่อนคลายและมีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ แต่เมื่อทำการทดสอบหรือเปรียบเทียบด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ ระหว่างผู้ใช้บริการเคย์สปา กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวาราณา อัจฉริยบุตร (2547 : ๑๖)

5.2.4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ ระหว่างเคย์สปา (DAY SPA) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (HOTEL & RESORT SPA)

ผลการทดสอบ พบว่า ในภาพรวมผู้ใช้บริการคิดว่าสปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม มาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการคิดว่าสปาในรีสอร์ท หรือ โรงแรม มีมาตรฐานสูงกว่าเคย์สปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 4 ด้าน คือ “ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม

(COMPETENCE)” “ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเครดิต ของผู้ให้บริการ (CREDITABILITY)” “ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (SECURITY)” และ “ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน (CUSTOMER UNDERSTANDING)” สำหรับด้านอื่นๆ พบว่า มีมาตรฐานไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

5.3.1 การจัดการตามมาตรฐานของผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ

5.3.1.1 จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่ให้บริการเคย์สปา จะมีการขยายสาขาน้อยกว่าผู้ประกอบการที่ให้บริการสปาในรีสอร์ทหรือที่โรงแรม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเงินทุนในการประกอบธุรกิจสปาต้องใช้งจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อเป็นการขยายสาขาให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นควรทำการขายเฟรนไชส์

5.3.1.2 จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่ให้บริการ สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม จะมีมาตรฐานมากกว่าผู้ประกอบการที่ให้บริการเคย์สปา ดังนั้นเพื่อเป็นการผลักดันให้เคย์สปา มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น เคย์สปาควรปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

5.3.1.3 จากการศึกษา พบว่า เคย์สปาราคาค่าบริการที่ไม่เกิน 1,500 บาท จะเป็นที่นิยมที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการเคย์สปาไม่ควรตั้งราคาค่าบริการในแต่ละเมนูเกิน 1,500 บาท

5.3.1.4 จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องความชำนาญของหมอนวดมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการเคย์สปา และสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรมควรคัดเลือกและทดสอบหมอนวดที่มีความชำนาญในเรื่องนวดเป็นอย่างดีมาเตรียมไว้ให้บริการ ไม่ควรเอาหมอนวดฝึกหัดมาให้บริการกับผู้ให้บริการ เพราะอาจเกิดอุบัติเหตุในการนวดเป็นสาเหตุทำให้เสียลูกค้า

5.3.2 คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการเคย์สปาและสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม

5.3.2.1 จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการ เคย์สปานิยมนวดแผนไทยมากที่สุด ผู้ประกอบการ ธุรกิจสปาควรเตรียมหมอนวดแผนไทยไว้ให้บริการผู้มาใช้บริการมากกว่าการนวดรูปแบบอื่น

5.3.2.2 จากการศึกษา พบว่า สปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ผู้มาใช้บริการเน้นในเรื่องความสะอาดมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการสปาในรีสอร์ทหรือ โรงแรมจะต้องให้ความสำคัญกับความสะอาดมากที่สุด ซึ่งเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของสถานที่

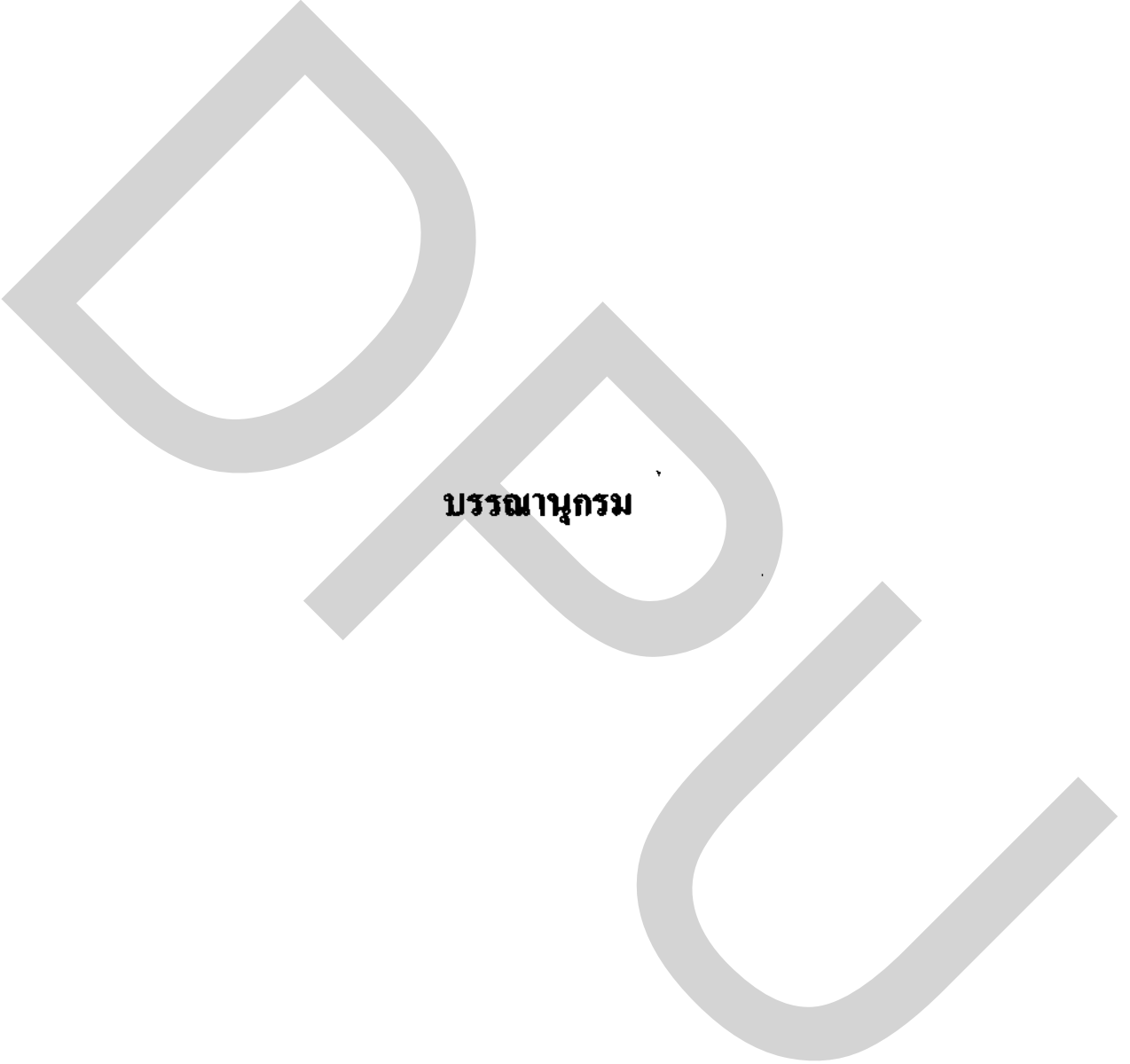
5.3.2.3 จากการศึกษา พบว่า ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ผู้ใช้บริการของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมจะเน้นในเรื่องของความเข้าใจผู้มาใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ การเอาใจผู้มาใช้บริการมาใส่ใจคนมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมควรมีการคัดเลือกพนักงานนวดที่มีใจรักงานบริการมีบุคลิกอ่อนโยนมีศีลธรรมรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเราเป็นสิ่งสำคัญ

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ควรทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเพิ่มเติมเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด และปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น

5.4.2 ควรทำการศึกษาการจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดใหญ่ๆ เพิ่มเติมเช่น เชียงใหม่ ไครราช ประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต และกระบี่

5.4.3 ควรศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เพิ่มเติม เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคต



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- คู่มือผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ. (2547). การจัดการสปาเพื่อสุขภาพ. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข สมาคมสปาไทย สมาคมสปาภูเก็ต สมาคมสปาสมุทร สมาคมสปาเชียงใหม่.
- จรินทร์ ดันติกิจศิริวงศ์. (2546). องค์ประกอบและวัฏจักรของระบบบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ. กรุงเทพฯ: อภิชาดิสิริผาดิ Busy-day.
- ชนินทร์ สีวานันท์. (2549). เทคนิคการนวดในประเภทสปาตะวันตก. นนทบุรี: ศูนย์ฝึกอบรมไทยสปาอะ มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา.
- นภารัตน์ ศรีละพันธ์. (2549). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพ. นนทบุรี: ศูนย์ฝึกอบรมไทยสปาอะ มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา.
- บรรยงค์ โตจินดา. (2541). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.
- บุษบง จำเริญดารารัตน์มี และคณะ. (2548). สปา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญนภา ทร์พย์เจริญ. (2549). การดูแลสุขภาพองค์รวมแบบไทยสปาอะ. นนทบุรี: สถาบันส่งเสริมการแพทย์แผนไทย มูลนิธิการแพทย์แผนไทย.
- ไพบูลย์ ปิลาธน์โอวาท. (2549). การจัดโครงสร้างขององค์กร. นนทบุรี: สถาบันส่งเสริมการแพทย์แผนไทย มูลนิธิการแพทย์แผนไทย.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- สมคิด บางโม. (2535). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์.

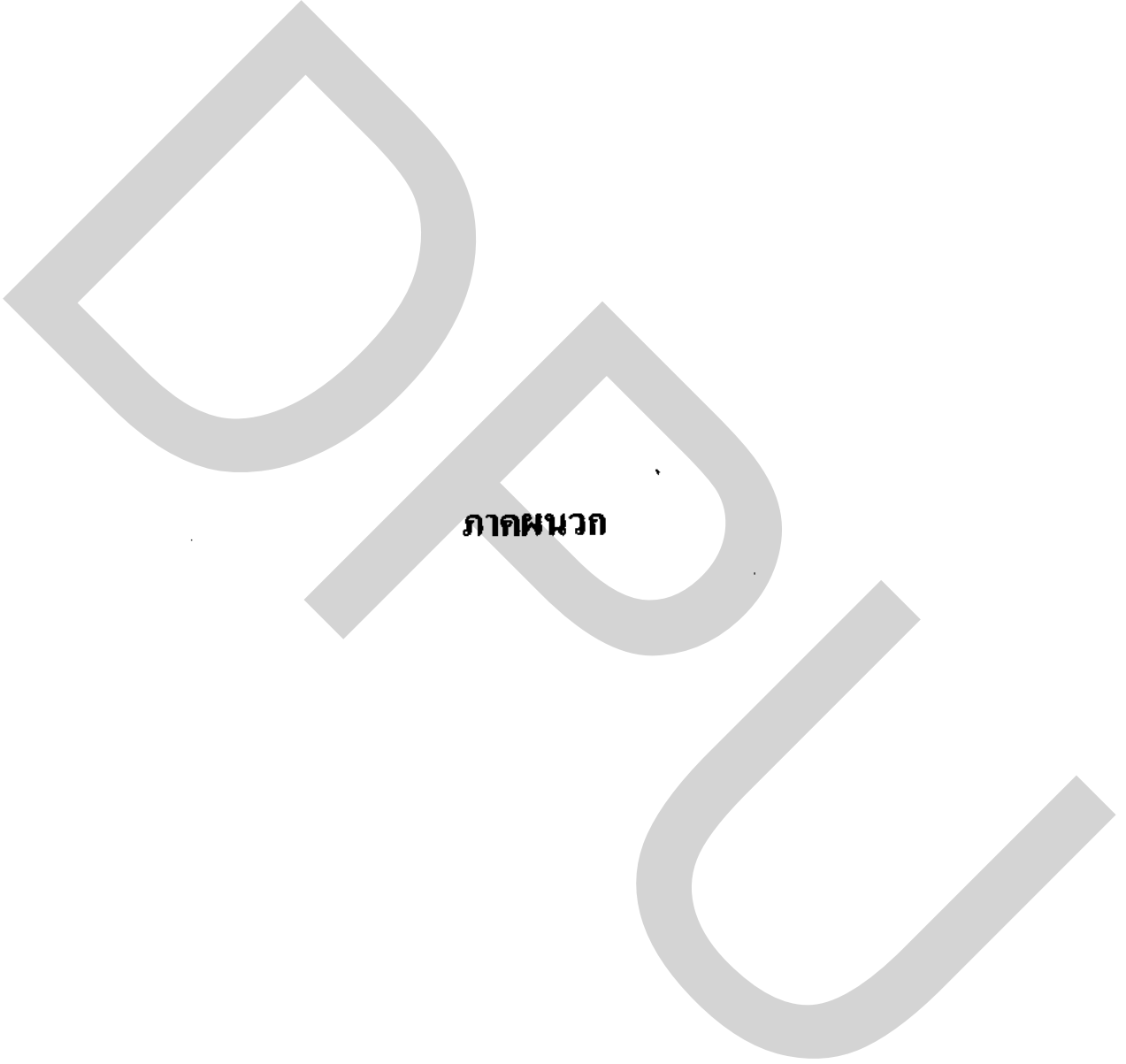
วิทยานิพนธ์

- บุษบง จำเริญคารารัตน์ และคณะ. (2546). **ศึกษาสถานภาพปัจจุบันและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ สปาและนวดแผนไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาบริหารการศึกษาระดับปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิภากร มหาชัย. (2544). **ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรีสุตา ชัยชนะ. (2546). **ศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัญชติ ภูอิทธิวงศ์. (2547). **ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Berry L. และคณะ. **คุณภาพบริการ** (1985). สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2551

จาก <http://www.thai-medtech.org/mtvrt2.html>



ภาคผนวก



ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่
การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรอง
ให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย
ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. ๒๕๐๕

โดยที่เป็นการสมควรกำหนดมาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์
และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้เพื่อให้สถานที่
ดังกล่าวได้รับการยกเว้นไม่ต้องขออนุญาตเป็นสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓ (๓) (ข) แห่งพระราชบัญญัติสถานบริการพ.ศ.๒๕๐๕
ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๔๖ อันเป็นพระราชบัญญัติ
ที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๕ ประกอบกับ
มาตรา ๓๑ มาตรา ๓๕ มาตรา ๓๖ และมาตรา ๕๐ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติ
ให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขโดย
ความเห็นชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ในประกาศนี้

“สถานประกอบการ” หมายความว่า สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยที่ใช้ในการ
ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อสุขภาพ หรือกิจการนวดเพื่อเสริมสวย ซึ่งกิจการ
ดังกล่าวไม่เข้าข่ายการประกอบ โรคศิลปะตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบ โรคศิลปะ การประกอบ
วิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ หรือสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วย
สถานพยาบาล

“กิจการสปาเพื่อสุขภาพ” หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและ
เสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อ

สุขภาพโดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ หรือไม่ได้

“กิจการนวดเพื่อสุขภาพ” หมายความว่า การประกอบกิจการนวด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การดัด การดึง การประคบ การอบ หรือ โดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำ โดยมีผู้ให้บริการ

“กิจการนวดเพื่อเสริมสวย” หมายความว่า การประกอบกิจการนวดในสถานที่เฉพาะ เช่น ร้านเสริมสวยหรือแต่งผม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงามด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การประคบ การอบ หรือด้วยวิธีการอื่นใดตามศิลปะการนวดเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำ โดยมีผู้ให้บริการ

“ผู้ประกอบการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งเป็นเจ้าของสถานประกอบการที่ได้รับ ใบรับรองมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการจากคณะกรรมการ

“ผู้ดำเนินการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในประกาศนี้และทำหน้าที่ให้บริการ โดยควบคุมดูแลการให้บริการทั้งหมดในสถานประกอบการ

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในประกาศนี้และทำหน้าที่ให้บริการต่อผู้รับบริการในสถานประกอบการ

“ใบรับรองมาตรฐาน” หมายความว่า ใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย

“ผู้ออกใบรับรอง” หมายความว่า อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือผู้ซึ่งอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพหรือผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมาย แล้วแต่กรณี

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลาง หรือคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการประจำจังหวัด แล้วแต่กรณี

หมวด ๑
สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย

ข้อ ๒ สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยตามมาตรา ๓ (๓) (ข) แห่งพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. ๒๕๐๘ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๔๖ ได้แก่สถานประกอบการที่ดำเนินกิจการ ดังต่อไปนี้

- (๑) กิจการสปาเพื่อสุขภาพ
- (๒) กิจการนวดเพื่อสุขภาพ
- (๓) กิจการนวดเพื่อเสริมสวย

สถานประกอบการที่ดำเนินกิจการตามวรรคหนึ่งต้องมีลักษณะของสถานที่ การบริการ และผู้ให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในประกาศนี้

หมวด ๒
มาตรฐานของสถานที่ การบริการ และผู้ให้บริการ

ส่วนที่ ๑
มาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

- ข้อ ๓ มาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้
- (๑) ตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวก ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่อยู่ใกล้วัดศาลาสนาม ในระยะที่จะก่อให้เกิดปัญหา หรืออุปสรรคในการปฏิบัติศาสนกิจ
 - (๒) ในกรณีที่ใช้พื้นที่ประกอบกิจการสปา ในอาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่นซึ่งมิใช่กิจการสถานบริการ ต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และกิจการอื่นนั้นต้องไม่กระทบกระเทือนต่อการให้บริการในกิจการสปาเพื่อสุขภาพนั้น
 - (๓) พื้นที่สถานประกอบการจะต้องไม่อยู่ในพื้นที่ติดต่อกับสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

(๔) กรณีสถานประกอบการ มีการให้บริการหลายลักษณะรวมอยู่ในอาคารเดียวกันหรือสถานที่เดียวกัน จะต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจน และแต่ละสัดส่วนจะต้องมีพื้นที่และลักษณะตามมาตรฐานของการให้บริการแต่ละประเภท

(๕) การจัดบริเวณที่ให้บริการเฉพาะบุคคล จะต้องไม่ให้มีมิดชิดหรือลับตาจนเกินไป

(๖) พื้นที่ที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกสถานที่ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพต้องสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ

(๗) อาคารต้องทำด้วยวัสดุที่มั่นคง ถาวร ไม่ชำรุดและไม่มีคราบสิ่งสกปรก

(๘) บริเวณพื้นที่ที่มีการใช้น้ำในการให้บริการ พื้นควรทำด้วยวัสดุที่ทำความสะอาดง่ายและไม่ลื่น

(๙) จัดให้มีแสงสว่างที่เพียงพอในการให้บริการแต่ละพื้นที่

(๑๐) จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ

(๑๑) มีการจัดการสิ่งปฏิกูลมูลฝอยและน้ำเสียที่ถูกหลักสุขาภิบาล

(๑๒) มีการควบคุมพาหะนำโรคอย่างถูกหลักสุขาภิบาล

(๑๓) จัดให้มีห้องอาบน้ำ ห้องส้วม อ่างล้างมือ ห้องผลิตเปลี่ยนเสื้อผ้าและตู้เก็บเสื้อผ้าที่สะอาดถูกสุขลักษณะและปลอดภัยอย่างเพียงพอและควรแยกส่วนชาย หญิง

(๑๔) จัดให้มีการตกแต่งสถานที่ที่เหมาะสม โดยจะต้องไม่มีลักษณะที่ทำให้เสื่อมเสียศีลธรรม หรือขัดต่อวัฒนธรรมและประเพณีอันดี

ข้อ ๔ มาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ดำเนินการคนหนึ่งเป็นผู้ควบคุมดูแลและรับผิดชอบในการดำเนินการสถานประกอบการนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์

(ข) มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย

(ค) มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับประกาศนียบัตรในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพหรือสาขาที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง หรือให้ความเห็นชอบ หรือมีประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี

(ง) ผ่านการประเมินความรู้ ความสามารถ ตามที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางกำหนด

(จ) กรณีเคยเป็นผู้ดำเนินการมาก่อน แต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถจะต้องพ้นระยะเวลานับแต่วันที่ถูกเพิกถอนไม่น้อยกว่า ๒ ปี จึงจะขอประเมินความรู้ความสามารถใหม่ได้

(ฉ) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(ช) ไม่เป็น โรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

๑) โรคพิษสุราเรื้อรัง

๒) โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง

๓) โรคจิตร้ายแรง

๔) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการสถานประกอบการ

(ซ) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(ฅ) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๒) ผู้ดำเนินการต้องควบคุมดูแลกิจการของสถานประกอบการนั้นได้โดยใกล้ชิด และเป็นผู้ดำเนินการสถานประกอบการแห่งอื่นอยู่ก่อนแล้ว

(๓) ในกรณีที่มีการเปลี่ยนผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ หรือผู้ดำเนินการขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้าม ผู้ประกอบการจะต้องจัดหาผู้ดำเนินการใหม่ และต้องแจ้งเป็นหนังสือให้กองการประกอบโรคศิลปะสำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตท้องที่ ทราบภายใน ๓๐ วันนับแต่วันที่มีการเปลี่ยนผู้ดำเนินการ ในระหว่างที่ดำเนินการจัดหา

ผู้ดำเนินการใหม่ ให้กิจการสปาเพื่อสุขภาพนั้นประกอบกิจการต่อไปได้ แต่ไม่เกิน ๓๐ วัน

ข้อ ๕ ผู้ดำเนินการมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

(๑) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการ ให้บริการตามนโยบายและคู่มือปฏิบัติงานของสถานประกอบการแห่งนั้น โดยเคร่งครัด

(๒) จัดทำทะเบียนประวัติผู้ให้บริการและพนักงาน

(๓) ทุกครั้งที่มีการจัดบริการรายการใหม่ หรือปรับปรุงบริการรายการใดๆ ในแบบแสดงรายการ หรือมีการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จะต้องดำเนินการให้มีการจัดทำคู่มือปฏิบัติการ

สำหรับบริการนั้น หรือจัดทำคู่มือการใช้ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผู้ให้บริการให้สามารถให้บริการนั้นๆ ได้ตามคู่มือที่จัดทำขึ้น

(๔) ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

(๕) ควบคุมดูแลให้มีการจัดสถานที่ รูปภาพ หรือสื่อชนิดอื่นๆ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้

(๖) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการมิให้มีการลักลอบ หรือมีการค้า หรือร่วมประเวณี หรือมีการกระทำ หรือบริการที่ขัดต่อกฎหมาย วัฒนธรรม ศีลธรรมและประเพณีอันดี

(๗) ควบคุมดูแลการบริการ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ และเครื่องใช้ต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะและใช้ได้อย่างปลอดภัย

(๘) ห้ามมิให้ผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

(ก) รับผู้มีอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีบริบูรณ์เข้าทำงาน

(ข) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการมึนเมาจนประพฤติน่าหวาดหรือครองสติไม่ได้เข้าไปอยู่ในสถานประกอบการระหว่างเวลาทำการ

(ค) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด

ในสถานประกอบการ

(ง) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการนำอาวุธเข้าไปในสถานประกอบการ โดยฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน

(๕) ผู้ดำเนินการต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับแรงงาน โดยเคร่งครัด

(๑๐) ผู้ดำเนินการต้องดูแลสวัสดิภาพ ความปลอดภัยและสวัสดิการในการทำงานของผู้ให้บริการและพนักงาน และต้องมีมาตรการป้องกันการถูกล่วงละเมิดจากผู้รับบริการ

(๑๑) ผู้ดำเนินการต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานประกอบการนั้น

ข้อ ๖ ในกรณีที่มีการตรวจสอบพบว่า สถานประกอบการใดมีผู้ดำเนินการขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดในข้อ ๔ หรือไม่ดำเนินการตามที่กำหนดในข้อ ๕ ให้คณะกรรมการผู้ตรวจสอบแจ้งต่อคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางเพื่อพิจารณาเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถของผู้ดำเนินการ

ข้อ ๑- มาตรฐานผู้ให้บริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า ๑๘ ปีบริบูรณ์

(ข) ได้รับการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้ตามหลักสูตรจากหน่วยงานราชการ สถาบัน หรือสถานศึกษาที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลาง รับรอง หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในกิจการสปาเพื่อสุขภาพมาแล้ว ไม่น้อยกว่า ๑ ปี และผ่านการทดสอบความรู้และประสบการณ์โดยคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลาง

(ค) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

๑) โรคพิษสุราเรื้อรัง

๒) โรคติดเชื้อเสียดให้โทษอย่างร้ายแรง

๓) โรคจิตร้ายแรง

๔) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานหรือ โรคติดต่อ

ในระยะร้ายแรง

(ง) ไม่เป็นบุคคลลึกลับจริต คนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(จ) กรณีเคยเป็นผู้ให้บริการมาก่อน แต่ถูกคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการเพิกถอนใบประเมินความรู้ ความสามารถ จะต้องเลยระยะเวลาเพิกถอนไม่น้อยกว่า ๒ ปี จึงจะขอประเมินความรู้ ความสามารถใหม่ได้

(๒) ผู้ให้บริการมีหน้าที่และข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

(ก) ให้บริการแก่ผู้รับบริการตามความรู้และความชำนาญตรงตามมาตรฐานวิชาชีพที่ได้ศึกษาอบรมมา

(ข) ไม่กลั่นแกล้ง ทำร้าย หรือก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้รับบริการ

(ค) เก็บความลับของผู้รับบริการ โดยไม่นำข้อมูลหรือเรื่องที่ได้ยินจากผู้รับบริการ ไปเปิดเผยจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้รับบริการหรือบุคคลอื่น

(ง) ไม่แสดงอาการขี้ขลาด กระทำลามกอนาจาร หรือพูดจาในทำนองให้ผู้รับบริการเข้าใจว่าผู้ให้บริการต้องการมีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และต้องไม่มีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการหรือค้าประเวณี

(จ) ไม่พูดจาหยอกล้อ หรือล้อเล่น หรือกระทำการใดๆ อันมิใช่หน้าที่ที่จะต้องให้บริการกับผู้รับบริการ โดยต้องให้บริการด้วยอาการสุภาพ อ่อนโยน

(ฉ) ไม่ดื่มสุรา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือของมีเมา หรือยาเสพติด ในขณะที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการ

(ข) มีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ที่กระทำและไม่ลักขโมยทรัพย์สินของผู้รับบริการ

(ง) มีความรับผิดชอบต่อนตนเองโดยการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง และไม่นำโรคติดต่อไปแพร่แก่ผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน

(ฉ) ห้ามมิให้ผู้ให้บริการใส่เครื่องประดับหรือของมีค่า ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน

(จ) เป็นผู้ดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดี

ข้อ ๘ มาตรฐานการบริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติตามประกาศนี้ และห้ามมิให้นำผู้ที่ยาเสพติดมาให้บริการ เว้นแต่ผู้ให้บริการฝึกหัด ซึ่งมีจำนวนไม่เกินกึ่งหนึ่งของผู้ให้บริการที่มี

(๒) ผู้ประกอบการต้องจัดการบริการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานการบริการแต่ละประเภท โดยจะต้องมีบริการหลักประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ การใช้น้ำเพื่อสุขภาพ เช่น บริการอบไอน้ำ อ่างน้ำวน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำเย็น เป็นต้น และให้มีบริการอื่น เช่น การพอกโคลน การเสริมสวย การออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ โยคะ สมาธิและอื่นๆ อีก ๓ รายการเป็นอย่างน้อย

(๓) สถานประกอบการต้องมีลักษณะการให้บริการดังต่อไปนี้

(ก) เวลาเปิดทำการให้เริ่มบริการได้ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐ นาฬิกา และเวลาปิดทำการหรือให้บริการไม่เกิน ๒๒.๐๐ นาฬิกา

(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงทะเบียนประวัติผู้ให้บริการ ตามแบบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

(ค) ผู้ประกอบการต้องจัดทำทะเบียนประวัติผู้รับบริการ ไว้เป็นหลักฐานตามแบบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด โดยต้องเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพที่ตรวจสอบได้ไม่น้อยกว่า ๕ ปี นับแต่วันที่จัดทำ

(ง) ห้ามมิให้มีการบริการเครื่องคัมที่มีแอลกอฮอล์หรือของมีนเมาทุกชนิดแก่พนักงานผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่

(จ) การให้บริการจะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ การประกอบวิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

(ณ) การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาการให้บริการของสถานประกอบการ กิจการ จะต้องไม่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่าสถานที่ดังกล่าว มีการให้บริการบำบัดรักษาพยาบาลอัน อาจเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย และข้อความโฆษณานั้นจะต้องไม่เป็นเท็จหรือ โ้อวคเกินความเป็นจริง

(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงรายการบริการ และอัตราค่าบริการไว้ในที่เปิดเผย และมองเห็นได้ง่าย หรือสามารถให้ตรวจสอบได้

(ข) ผู้ประกอบการต้องไม่จัดหรือยินยอมให้มีรูปแบบการให้บริการ ที่อาจเข้า ข่ายหรือฝ่าฝืนกฎหมายสถานบริการหรือบริการที่จะต้องขออนุญาตเป็นพิเศษ เช่น การพนัน การ แสดงดนตรี การขับร้อง คาราโอเกะ สนั่นเกอร์ เค้นรำ รำวง ตลอดจนจัดให้มีมหรสพอื่นๆ เป็นต้น

(ฅ) ผู้ประกอบการต้องกำหนดให้มีเครื่องแบบสำหรับผู้ให้บริการ โดยเป็น เครื่องแบบที่รัดกุม สุภาพ สะอาดเรียบร้อย สะดวกต่อการปฏิบัติงาน และต้องมีป้ายชื่อผู้ให้บริการ ติดไว้ที่หน้าอกด้านซ้าย

ข้อ ๘ มาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีชุดปฐมพยาบาลไว้ในสถานประกอบการ และ พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลาที่มีการให้บริการ

(๒) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีป้ายหรือข้อความเพื่อแสดง หรือเตือนให้ ผู้รับบริการระมัดระวังอันตรายหรือบริเวณที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยอันตราย

(๓) ในกรณีที่กิจการสปาเพื่อสุขภาพ มีการจัดให้มีบริการอบความร้อน อบ ไอน้ำ อ่างน้ำวน ใ้บริการตลอดจนอุปกรณ์หรือบริการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดอันตราย ใ้บริการ ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์ นั้นเป็นอย่างดี เป็นผู้รับผิดชอบอุปกรณ์ และมีหน้าที่คอยตรวจตราดูแลการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวทั้ง ในขณะที่ใช้งานและหลังการใช้งาน

(๔) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีนาฬิกาที่สามารถมองเห็น อ่านเวลาได้โดยง่ายและ ชัดเจนจากจุดที่ผู้รับบริการกำลังใ้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ และอ่างน้ำวนอยู่ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ ผู้รับบริการสามารถควบคุมเวลาการใช้อุปกรณ์ด้วยตนเองได้โดยสะดวก

(๕) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบฉุกเฉินสำหรับบริการอบความร้อน อบไอน้ำ และอ่างน้ำวน ซึ่งสามารถหยุดการทำงานของอุปกรณ์ดังกล่าวได้โดยอัตโนมัติในทันทีที่เกิดจาก ภาวะซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้รับบริการ และการเข้าถึงเพื่อใ้ระบบฉุกเฉินนั้นต้องสามารถกระทำ ได้โดยง่ายและสะดวกในเวลาที่เกิดเหตุฉุกเฉิน

(๖) ภายในบริเวณที่ใ้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ อ่างน้ำวน และบ่อน้ำร้อน

น้ำเย็น ต้องมีเครื่องวัดอุณหภูมิ เครื่องควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติ และเครื่องตั้งเวลา เพื่อให้พนักงาน ผู้รับผิดชอบอุปกรณ์สามารถปรับและควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในสภาวะที่ปลอดภัยสำหรับ ผู้รับบริการตลอดเวลา

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบคัดกรองผู้รับบริการ ที่อาจมีความเสี่ยงต่อการ เข้าใช้บริการในบางแผนก โดยเฉพาะต้องไม่อนุญาตให้สตรีตั้งครรภ์ ผู้ใช้ยาบางประเภท ที่อาจเกิด ปัญหาได้เมื่อเข้าใช้อุปกรณ์บางชนิด ผู้ที่เพิ่งจะดื่มสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือเมาสุรา ผู้ป่วยความดันโลหิตสูง ผู้ป่วยเบาหวานและผู้ป่วยโรคหัวใจเข้าใช้อุปกรณ์ หรือบริการที่เสี่ยงต่อ ภาวะนั้น เว้นแต่จะได้รับการสั่งให้ใช้อุปกรณ์จากแพทย์ผู้เกี่ยวข้อง

(๒) ผู้ประกอบการต้องดูแลและควบคุมคุณภาพน้ำที่ใช้สำหรับให้บริการ ไม่ว่าจะ เป็นอ่างน้ำวน สระน้ำ หรืออุปกรณ์การใช้น้ำชนิดอื่นใด ให้มีคุณสมบัติทางเคมีที่ปลอดภัยและ ไม่เป็นแหล่งแพร่เชื้อ

(๓) ผ้า อุปกรณ์และเครื่องมือทุกชนิดเมื่อใช้บริการแล้ว ต้องซักหรือล้างทำความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ ก่อนนำกลับมาให้บริการครั้งต่อไป และในกรณีที่การให้บริการมีความ เสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ เช่น การใช้ไม้หรืออุปกรณ์ที่ใช้ขัดหรือขูดผิวหนังในการบริการกดจุดฝ่าเท้า ต้องผ่านกรรมวิธีการฆ่าเชื้อที่สามารถฆ่าและควบคุมเชื้อได้ ไม่น้อยกว่าเทคนิคการปลอดเชื้อทุก ครั้งหลังการให้บริการ

(๔) ในกรณีที่ผู้ให้บริการอาจมีการหายใจรดบริเวณใบหน้าผู้รับบริการ เช่น ในการดูแลและนวดบริเวณใบหน้า ผู้ให้บริการต้องสวมอุปกรณ์ที่ถูกสุขลักษณะเพื่อป้องกันการ หายใจรดบริเวณใบหน้าผู้รับบริการและการแพร่กระจายเชื้อระบบทางเดินหายใจไปสู่ผู้รับบริการ ในขณะที่มีการให้บริการทุกครั้ง

(๕) ผู้ประกอบการต้องมีการดำเนินการป้องกันการติดเชื้อที่เหมาะสม

(๖) ต้องมีระบบการป้องกันอัคคีภัย ในสถานประกอบการตามกฎหมายว่าด้วย การควบคุมอาคาร

หมวด ๓
หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบ
เพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ส่วนที่ ๑

คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการ

ข้อ ๒๐ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่าคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลาง ประกอบด้วย อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นประธาน ผู้แทนกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ผู้แทนกรมอนามัย ผู้แทนกรมการแพทย์ ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผู้แทนกองบัญชาการตำรวจนครบาล ผู้แทนกรมการปกครอง ผู้แทนสำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร เป็นกรรมการ ให้ผู้อำนวยการกองการประกอบโรคศิลปะเป็นกรรมการและเลขานุการ

ข้อ ๒๑ ให้มีคณะกรรมการแต่ละจังหวัดเรียกว่า คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการประจำจังหวัด ประกอบด้วย นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดเป็นประธาน นายอำเภอท้องที่ที่ตั้งสถานประกอบการหรือผู้แทน ผู้แทนที่ทำการปกครองจังหวัด ผู้แทนงานการส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด ผู้แทนกองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัด ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เป็นกรรมการ ให้หัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เป็นกรรมการและเลขานุการ

ข้อ ๒๒ ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (๑) พิจารณาคำร้องขอใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ
- (๒) ตรวจสอบลักษณะและมาตรฐานของสถานประกอบการและการบริการและผู้ให้บริการ
- (๓) เสนอความเห็นต่อผู้ออกใบรับรองในการพิจารณาออกใบรับรองมาตรฐาน
- (๔) เสนอความเห็นต่อผู้ออกใบรับรองเพื่อเพิกถอนใบรับรองมาตรฐาน กรณีสถานประกอบการมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด
- (๕) พิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสถานประกอบการ

(๖) แจ้างหรือโฆษณาข่าวสารด้วยวิธีการใดๆ ตามที่เห็นสมควร เพื่อมิให้ประชาชนหลงเข้าใจผิดซึ่งอาจเป็นอันตรายเนื่องจากการจัดบริการในสถานประกอบการ

(๗) แต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อกระทำการใดๆ อันอยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

(๘) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่ประกาศกำหนดไว้ ให้เป็นอำนาจและหน้าที่ของคณะกรรมการ

(๙) พิจารณาหรือดำเนินการในเรื่องอื่นตามที่รัฐมนตรีหรือผู้ออกใบรับรองมอบหมาย

คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางให้มีอำนาจและหน้าที่ที่ทั่วราชอาณาจักร สำหรับคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการประจำจังหวัดให้มีอำนาจและหน้าที่เฉพาะในเขตจังหวัด

ข้อ ๒๓ นอกจากอำนาจตามข้อ ๒๒ ให้คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางมีอำนาจเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

(๑) สอบความรู้ขึ้นทะเบียนรับรองผู้ดำเนินการ

(๒) รับรองหลักสูตรสถานศึกษา สถาบันที่ผลิตพนักงานผู้ให้บริการ

(๓) ให้ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง

ตลอดจนหลักเกณฑ์และวิธีการตามประกาศฉบับนี้

ข้อ ๒๔ การประชุมของคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการมาประชุม ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของคณะกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

ถ้าประธานกรรมการไม่มาหรือไม่อยู่ในที่ประชุม ให้ที่ประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

ส่วนที่ ๒

การออกและการเพิกถอนใบรับรองมาตรฐาน

ข้อ ๒๕ ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการสถานประกอบการประสงค์จะขอใบรับรองมาตรฐาน การยื่นคำร้องขอรับใบรับรองมาตรฐานในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ยื่น ณ กองการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในส่วนภูมิภาคให้ยื่น ณ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานประกอบการนั้น การขอ การออกใบรับรองและการประกอบกิจการสถานประกอบการประเภทใด ให้เป็นไปตามมาตรฐานของสถานประกอบการประเภทนั้นตามที่กำหนด

ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าหรือมีผู้ร้องเรียนว่าสถานประกอบการใดไม่มีมาตรฐานของสถานที่ ผู้ประกอบการ ผู้ดำเนินการ การบริการ ความปลอดภัย หรือผู้ให้บริการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ ให้คณะกรรมการดำเนินการตรวจสอบเพื่อการดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในประกาศนี้

ข้อ ๒๖ ผู้ประกอบการที่ยื่นขอใบรับรองมาตรฐานต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามดังนี้

- (๑) มีอายุไม่ต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์
- (๒) มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย
- (๓) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้
 - (ก) โรคพิษสุราเรื้อรัง
 - (ข) โรคจิตยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง
 - (ค) โรคจิตร้ายแรง
 - (ง) โรคอื่นใดในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน
- (๔) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- (๕) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

ในกรณีที่นิติบุคคลเป็นผู้ขอรับใบรับรองมาตรฐาน ผู้แทนของนิติบุคคลนั้นต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามวรรคหนึ่งด้วย

ข้อ ๒๗ ในกรณีที่ได้รับคำร้องขอใบรับรองมาตรฐาน ให้เลขานุการคณะกรรมการ ตรวจสอบหลักฐานและเสนอความเห็นแก่คณะกรรมการเพื่อพิจารณาภายใน ๓๐ วัน นับแต่วันที่ ได้รับคำร้องขอใบรับรองมาตรฐาน

คณะกรรมการจะต้องทำการตรวจลักษณะและมาตรฐานของสถานประกอบการและการให้บริการ และเสนอความเห็นต่อผู้ออกใบรับรองภายใน ๕๐ วัน นับแต่วันที่ ได้รับคำร้องขอใบรับรองจากเลขานุการคณะกรรมการ

ผู้ออกใบรับรองต้องพิจารณาออกหรือไม่ออกใบรับรองมาตรฐานภายใน ๑๐ วัน นับแต่วันที่ ได้รับเรื่องจากคณะกรรมการ

ข้อ ๒๘ ในกรณีพิจารณาออกใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการของผู้ออกใบรับรอง จะต้องปรากฏว่าผู้ขอใบรับรองมาตรฐานหรือผู้ประกอบการได้จัดให้มีกรณีดังต่อไปนี้

- (๑) มีสถานประกอบการตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
- (๒) มีผู้ดำเนินการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
- (๓) มีผู้ให้บริการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด
- (๔) มีการให้บริการตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด

ข้อ ๒๙ ใบรับรองมาตรฐานให้มีอายุ ๑ ปี นับแต่วันที่ออกใบรับรอง สถานประกอบการใดที่ประสงค์จะต่ออายุใบรับรอง จะต้องยื่นคำร้องขอใบรับรองภายใน ๓๐ วันก่อนใบรับรองเดิม สิ้นอายุ และให้คณะกรรมการดำเนินการตรวจและประเมินมาตรฐาน เพื่อพิจารณาออกใบรับรองใหม่ เมื่อได้ยื่นคำร้องขอใบรับรองใหม่แล้ว ให้ถือว่าสถานประกอบการนั้นมีมาตรฐานเป็นไปตามประกาศนี้จนกว่าผู้ออกใบรับรองจะมีหนังสือแจ้งผลการพิจารณาพร้อมด้วยเหตุผล และให้คณะกรรมการแจ้งผลการพิจารณาค่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. ๒๕๐๘ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบด้วย

ข้อ ๓๐ ให้คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานของสถานประกอบการ อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

สถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานแล้ว หากดำเนินการผิด ไปจากมาตรฐานที่กำหนดหรือดำเนินการขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดี ให้คณะกรรมการดำเนินการแจ้งให้แก้ไข ว่ากล่าว ตักเตือน หรือเสนอเพิกถอนใบรับรองมาตรฐานตามแต่กรณี

ในกรณีที่มีการแจ้งให้แก้ไข ให้กำหนดระยะเวลาตามสมควรแต่ต้องไม่เกิน ๕๐ วัน หากสถานประกอบการใด ไม่สามารถดำเนินการแก้ไขได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

ต้องยื่นคำร้องพร้อมเหตุผลความจำเป็น ก่อนวันครบกำหนดต่อคณะกรรมการเพื่อพิจารณาผ่อนผัน
ได้ ครั้งละไม่เกิน ๓๐ วัน

ข้อ ๓๑ สถานประกอบการที่ได้รับการรับรองแล้วต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ใน
ที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานประกอบการนั้น ในกรณีที่สถานประกอบการจะขอ
หยุดกิจการ ให้แจ้งขอเลิกการรับรองต่อคณะกรรมการทราบ ภายใน ๗ วันนับแต่วันหยุดกิจการ แต่
ไม่เป็นเหตุหยุดการพิจารณาเพิกถอนใบรับรองจากการประกอบกิจการที่เกิดขึ้นก่อนหน้า

หมวด ๔

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๓๒ ภายใน ๑ ปีนับแต่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ สถานประกอบการที่เคย
ได้รับใบอนุญาตกิจการนวด อาบน้ำ อบสมุนไพรตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.
๒๕๓๕ และได้ขึ้นทะเบียนต่อสมาคมหรือชมรมผู้ประกอบการสปาที่รวมตัวกันภายใต้การ
รับรองของกระทรวงสาธารณสุขสามารถออกใบรับรองประสพการณ์การทำงานให้กับพนักงานได้

ข้อ ๓๓ ภายใน ๑ ปีนับแต่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ สถานประกอบการนวดเพื่อ
สุขภาพที่เคยได้รับใบอนุญาตกิจการนวดตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.๒๕๓๕ สามารถ
ออกใบรับรองประสพการณ์การทำงานให้กับพนักงานได้

ข้อ ๓๔ ภายใน ๑ ปีนับแต่ประกาศฉบับนี้มีผลใช้บังคับ สถานประกอบการเสริมสวยที่
เคยได้รับใบอนุญาตกิจการเสริมสวยตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.๒๕๓๕ สามารถออก
ใบรับรองประสพการณ์การทำงานให้กับพนักงานได้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๗

ลงชื่อ สุการ์ตน์ เกตุราพันธุ์

(นางสุการ์ตน์ เกตุราพันธุ์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

สำเนาถูกต้อง

ลงชื่อ นายธนธร บัวเยี่ยม

(นายธนธร บัวเยี่ยม)

เจ้าหน้าที่ทะเบียนวิชาชีพ ๘

(ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม ๑๒๑ ตอนพิเศษ ๔๔ ง วันที่ ๒๖ เมษายน ๒๕๔๗)

**แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
(ผู้ให้บริการ)**

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ต้องการความคิดเห็นต่อการมาใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อประกอบการทำงานวิจัยสำหรับการศึกษาในระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 2 แบบ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านการบริการสปาเพื่อสุขภาพ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการของสปาเพื่อสุขภาพ

ขอให้ตอบทุกข้อและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

นวลหงส์ เสือแก้ว
นักศึกษาปริญญาโท
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ลงใน ที่ตรงตามเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ

2.1. ไม่เกิน 30 ปี

2.2. 31-40 ปี

2.3. 41-50 ปี

2.4. มากกว่า 50 ปี

3. รายได้ต่อเดือน

3.1. ไม่เกิน 10,000 บาท

3.2. 10,001 - 20,000 บาท

3.3. 20,001 - 30,000 บาท

3.4. 30,001 - 40,000 บาท

3.5. มากกว่า 40,000 บาท

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบข้อมูลคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพจากผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมและการให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้สปาเพื่อสุขภาพ

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ลงใน ที่ตรงตามเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1.1. มีอาการปวดเมื่อย ต้องการผ่อนคลายกล้ามเนื้อและความตึงเครียด

1.2. พนักงานต้อนรับเชิญชวนให้ทดลองใช้บริการ

1.3. ความสวยงามของการตกแต่งสถานที่

1.4. สนใจรายการส่งเสริมการขาย ได้รับบัตรกำนัลหรืออุปโภคส่วนลดต่าง ๆ

1.5. มีรายการและราคาของการให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการ

1.6. อื่น ๆ (ระบุ).....

2. ในการมารับบริการที่นี้ท่านเลือกใช้บริการในเรื่องใดบ่อยที่สุด

- 2.1. การนวดไทย (Thai Massage)
- 2.2. การนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage)
- 2.3. การนวดประคบสมุนไพร (Thai Herbal Massage)
- 2.4. การทำทริทเมนต์หน้า (Facial Treatment)
- 2.5. การนวดเท้า (Foot Reflexology)
- 2.6. การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, shoulder and Head Massage)
- 2.7. การขัดผิวด้วยสมุนไพร การขัดผิวด้วยการห่อ (Body Scrub, Body Wrap/Mask)
- 2.8. การทำเล็บมือเล็บเท้า (Manicur/Pedicure)
- 2.9. การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage)
- 2.10. การบำบัดด้วยน้ำและความร้อน (Hydro and Thermal Therapy)
- 2.11. การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Food and Beverage)
- 2.12. การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health)
- 2.13. การฝึกสมาธิ (Meditation)
- 2.14. การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health)
- 2.15. อื่น ๆ (ระบุ).....

3. ความถี่ที่ท่านใช้บริการสปา

- 3.1. น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง
- 3.2. เดือนละ 1- 2 ครั้ง
- 3.3. เดือนละ 3 - 4 ครั้ง
- 3.4. มากกว่าเดือนละ 5 ครั้ง

4. บริการสปาที่เลือกใช้

ทำซ้ำ ให้ท่านพิจารณารายการเกี่ยวกับพฤติกรรมและการให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้สปาเพื่อสุขภาพโดยพิจารณาในระดับใด จากมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องนั้น

รายการ	ระดับการให้ความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สถานที่ตั้งของสปา					
2. การตกแต่งสถานที่					
3. จำนวนห้องสำหรับให้บริการ					
4. ความสะอาด					
5. การให้บริการของพนักงาน					
6. ความชำนาญของพนักงานนวด					
7. ความหลากหลายของการบริการ					
8. ชื่อเสียง/ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา					
9. ชื่อเสียงของสปา					
10. อัตราค่าบริการ					
11. เดินทางไป-กลับสะดวก					
12. ที่จอดรถสะดวกสบาย					
13. ประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง					
14. โฆษณาดึงดูดใจ					
15. พนักงานขายเชิญชวนให้ทดลองใช้ พร้อมเสนอโปรโมชันพิเศษ					
16. รับสิทธิพิเศษจากการเป็นสมาชิก					
17. ลดอัตราค่าบริการ					

5. ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ระบุ).....

.....

6. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ท่านมาใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในแต่ละครั้งเท่าไร

- 6.1. ไม่เกิน 1,500 บาท
 6.2. 1,501 - 2,500 บาท
 6.3. 2,501 - 3,500 บาท
 6.4. มากกว่า 3,500 บาท/ครั้ง

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสปา

คำชี้แจง ท่านให้ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในรายการต่อไปนี้ในระดับใด จากมากที่สุด ถึงระดับน้อยที่สุดให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ด้านความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ (Reliability)					
1.1					
1.2					
1.3					
1.4					
1.5					
1.6					

รายการ		ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2 ด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)						
2.1	การสอบถามความคิดเห็นลูกค้าหลังใช้บริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น					
2.2	ความเพียงพอของห้องน้ำกับจำนวนผู้ให้บริการ					
2.3	ความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ					
2.4	ได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วตลอดขั้นตอนการให้บริการ					
3 ด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม (Competence)						
3.1	พนักงานมีความรู้ในการให้บริการ (ผ่านการอบรมอย่างถูกต้อง)					
3.2	พนักงานมีความชำนาญหรือเชี่ยวชาญในการให้บริการ					
3.3	การแนะนำบริการเมนูสปา					
4 ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก (Access)						
4.1	ทำเลที่ตั้งของสถานบริการ ไปมาได้สะดวก					
4.2	สถานที่จอดรถสะดวก สบายเพียงพอ					
4.3	การบริการอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องรอนาน					
4.4	บริการนัดหมายล่วงหน้า					
5 การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทดี (Courtesy)						
5.1	พนักงานมีความสุภาพและมารยาทดี					
5.2	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้เกียรติลูกค้า					
5.3	พนักงานมีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวังอย่างสุภาพ					

	รายการ	ระดับการรับรู้				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6 ด้านสื่อความกับลูกค้าได้กระจ่าง เข้าใจ หมัดข้อสงสัย (Communication)						
6.1	พนักงานสามารถพูดสื่อสารได้หลายภาษา					
6.2	พนักงานผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารที่ดี					
6.3	พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยในการให้บริการในเมนูสเปาได้ทุกรายการ					
7 ด้านความน่าเชื่อถือ หรือเกรดิก ของผู้ให้บริการ (Creditability)						
7.1	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้					
7.2	มีผู้ดำเนินการสเปาที่เชื่อถือได้ในความรู้ความสามารถให้บริการ					
7.3	มีแพทย์ดูแลให้คำแนะนำผู้มีโรคประจำตัวก่อนรับบริการ					
8 ด้านความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ (Security)						
8.1	เพื่อความปลอดภัยมีล็อกเกอร์ไว้บริการผู้มารับบริการสำหรับเก็บทรัพย์สินที่มีค่า					
8.2	ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เช่น น้ำมันนวด โคลนพอก					
8.3	เจ้าของเป็นผู้มีชื่อเสียงด้านสเปาและความงามมานาน					
8.4	แสงสว่างพอเพียงในการให้บริการแต่ละพื้นที่					
8.5	สถานที่ให้บริการสะอาด เป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ					
8.6	ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้					
9 ด้านความเข้าใจลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน (Customer Understanding)						
9.1	ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ให้คำปรึกษา แนะนำให้ลูกค้าเข้าใจได้					
9.2	ตรวจสอบความพึงพอใจจากลูกค้าหลังรับบริการ เพื่อนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงให้ดีขึ้น					

รายการ	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10 ด้านส่วนที่สัมผัสและรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ (Tangibles)					
10.1	มีการตกแต่งรูปแบบสปาเป็นเอกลักษณ์แบบสวยงาม				
10.2	มีการจัดเตรียมน้ำดื่มสมุนไพรสดไว้บริการ				
10.3	มีการบริการอาหารเพื่อสุขภาพตามหลักชาวสปา				
10.4	บรรยากาศหอมด้วยกลิ่นน้ำมันหอมระเหย AromaTherapy จากสมุนไพรธรรมชาติ				
10.5	ภายในสปามีกลิ่นน้ำมันหอมระเหย AromaTherapy จากพฤษชาติสมุนไพรธรรมชาติ				
10.6	มีเสียงดนตรีบรรเลงเบา ๆ ไพเราะ ช่วยผ่อนคลาย				
10.7	มีบริการนวดสัมผัสแบบผ่อนคลายหลายรูปแบบด้วยฝีมือหมอนวดผู้เชี่ยวชาญ				

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือค่ะ

แบบสัมภาษณ์การจัดการธุรกิจสปาของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย (/) ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านหรือเติมข้อความลงใน

ช่องว่าง

4. เพศ

1.3 ชาย

1.4 หญิง

5. อายุ

5.1. ไม่เกิน 30 ปี

5.2. 31-40 ปี

5.3. 41-50 ปี

5.4. มากกว่า 50 ปี

6. ตำแหน่งของท่านในสถานประกอบการ

3.1 เจ้าของสปา

3.2 เป็นทั้งเจ้าของและผู้จัดการสปาเอง

3.3 ผู้จัดการสปา (Spa Manager)

3.4 อื่นๆ (ระบุ).....

7. ที่ตั้งของสถานประกอบการสปา

4.1 โรงแรม / รีสอร์ท

4.2 ห้างสรรพสินค้า

4.3 อาคารพาณิชย์

4.4 อาคารสำนักงาน

4.5 บ้านที่พักอาศัย

4.6 อพาร์ทเมนต์

4.7 อื่นๆ (ระบุ).....

5. ลักษณะของสถานประกอบการสปาของท่าน

- 5.1 เดย์สปา
- 5.2 สปาที่ให้บริการในโรงแรมและรีสอร์ท
- 5.3 อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

1. การตกแต่งบรรยากาศภายในสปาเป็นรูปแบบใด
.....
2. ทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปา
 - ตั้งอยู่บนที่ดินของตนเอง.....
 - เช่าที่ดินจากผู้อื่น เสียค่าเช่าเดือนละ.....บาท
 - ค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่.....บาท
3. ในสปาแบ่งการทำงานออกเป็นกี่ฝ่าย ประกอบด้วยอะไรบ้าง (เช่น ผู้ดำเนินการสปา ฝ่ายฝึกอบรม ฝ่ายผู้ให้บริการ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชี ฝ่ายธุรการ ฝ่ายแม่บ้าน)
4. แหล่งเงินทุนของท่าน / ประมาณเท่าไร.....
5. วิธีการตั้งราคาบริการ
 - () การตั้งราคาจากต้นทุนบวกด้วยกำไรที่ต้องการ
 - () ตั้งราคาเทียบกับคู่แข่งรายอื่น
 - () ตั้งราคาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ / ตามภาพลักษณ์ของสปา
6. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการนวดและความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาหรือไม่
.....
7. ระยะเวลาในการอบรมบ่อยเพียงใด และฝึกอบรมจากหน่วยงานใด
.....
8. การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริการรู้จักผ่านสื่อประเภทใดบ้าง
.....
9. ในสปา มีพนักงานจำนวนทั้งหมดกี่คน / ฝ่ายใดบ้าง
.....

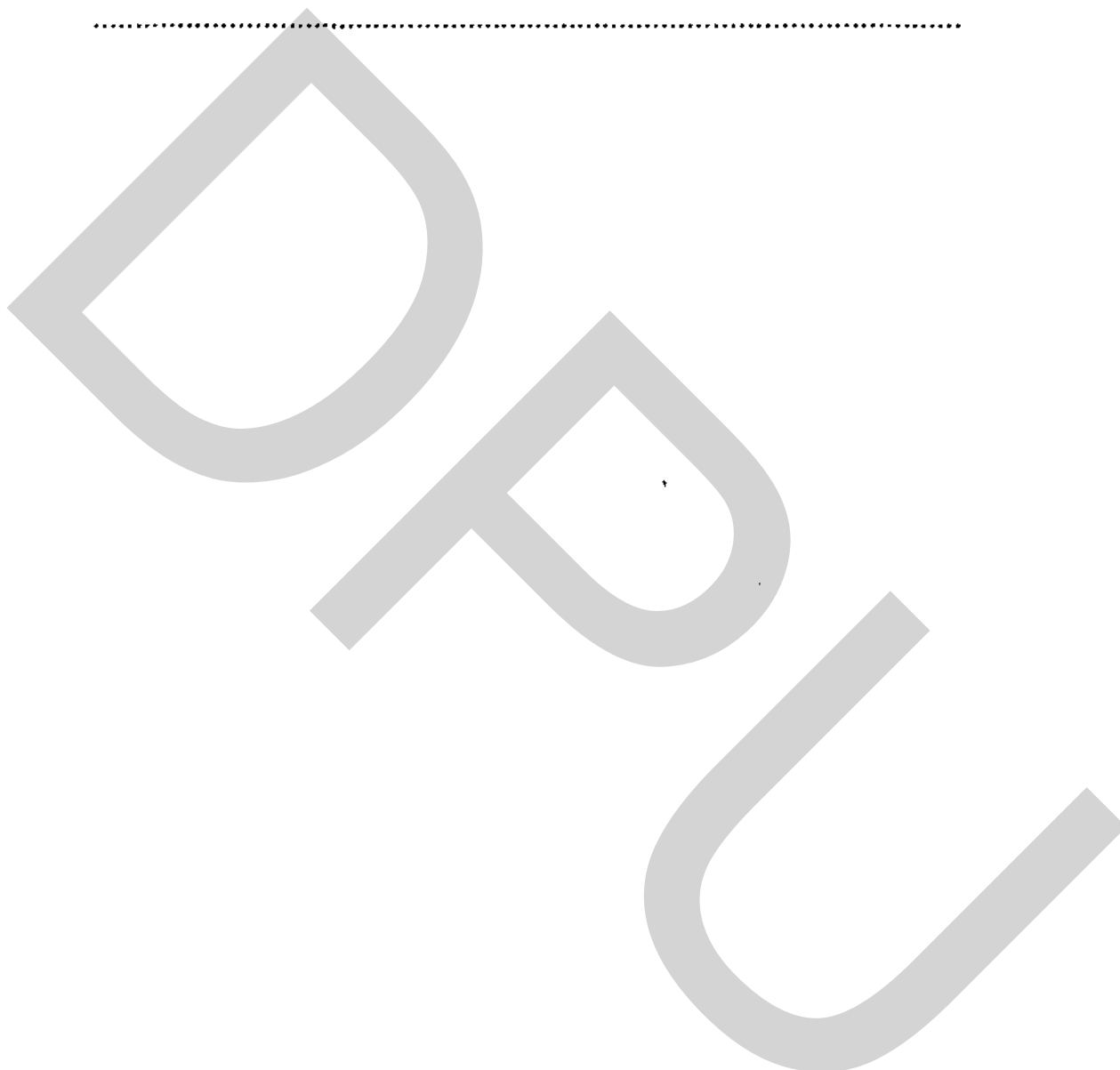
- 10 พนักงานนวด (Therapist) และผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ของท่านได้รับการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขทุกคนหรือไม่
.....
11. รูปแบบการบริการในสปา (เช่น แบบสปาตะวันตก, แบบไทยสปา, แบบไทยสปาเอเชีย)
.....
12. มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหยเพื่อช่วยผ่อนคลายหรือไม่
.....
13. มีการเปิดเพลงหรือดนตรีเพื่อช่วยผ่อนคลายหรือไม่
.....
14. ท่านคิดว่าจะมีการขยายสาขาของธุรกิจการให้บริการสปาของท่านหรือไม่
.....
15. ระยะเวลาการดำเนินงานกิจการของท่าน
.....
16. สปาของท่านมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการใดบ้าง
(เช่น ห้องอบไอน้ำ(ซาวน่า) อุปกรณ์เครื่องเสียง/ดนตรี อย่างน้ำวน(Jacuzzi) Steam Room Micro Bath เครื่องทำน้ำร้อนน้ำเย็น เครื่องทำน้ำอุ่น ตู้เก็บวัตถุคิบ ล็อคเกอร์เก็บของลูกค้า หม้ออุ่นลูกประคบ ตะเกียงน้ำมันหอมระเหย เตียงให้บริการขนาดต่าง ๆ เตียงนวดเท้า ฯลฯ)
17. ความแตกต่างของราคาค่าบริการระหว่างคนไทยกับชาวต่างชาติ
 ราคาคคนไทย.....บาท
 ราคาชาวต่างชาติ.....บาท
18. มีการคิดค่าบริการอื่น ๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากราคาบริการปกติหรือไม่
.....
19. ท่านมีการขายบริการสปาแบบเป็นชุด(package) หรือไม่
.....
20. มีการทำความสะอาดอุปกรณ์หลังการให้บริการหรือไม่
.....
21. มีระบบการจัดเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาดปลอดภัยหรือไม่ (เช่น น้ำมันหอมระเหย, สมุนไพร ฯลฯ)
.....

22. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการดำเนินงาน

.....

23. ข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน

.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล

นวลหงษ์ เสือแก้ว

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏ จันทบุรีเกษม

พ.ศ. 2542

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2530 - 2533

บริษัท วาแคไทย จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2534 - 2541

บริษัท ชนาสง จำกัด (มหาชน)

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2542 - 2551

บริษัท สเต็ม จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร