

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการ  
กรณีศึกษาร้านนกกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี

MARKETING MIX FACTOR EFFECTING TO SPA CHOOSING OF CUSTOMER :  
A CASE STUDY OF NOKKAEW 888 SPA IN UDONTHANI PROVINCE

มัลลิกา คนแรง<sup>1</sup>  
ไกรเลิศ ทวีกุล<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา (2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา เช่น นักศึกษานักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของทาโรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเอฟ (F-test)

ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการ: กรณีศึกษา ร้านนกกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากร ด้านวิธีการให้บริการด้านบรรยากาศและด้านภาพลักษณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดสปา ราคาและค่าบริการมีการระบุไว้อย่างชัดเจน และพนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ และให้คำแนะนำ ความรู้ในการนวดสปาด้วยความเชี่ยวชาญ และสถานที่ตั้งสปาอยู่ในแหล่งที่หาได้ง่าย และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าได้ (2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสถานภาพสมรส ด้านรู้จักร้านจากช่องทางใด มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านวิธีการให้บริการด้านบรรยากาศ และภาพลักษณ์ และในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมการตลาด สปา

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the factor that affect to spa choosing of customer of Nokkaew888 Spa. (2) to compare the factor that affect to spa choosing of customer of Nokkaew888 Spa.

The research was conducted by survey research methodology by using questionnaire. The subjects were customer of Nokkaew 888 Spa such as student and traveler at the amount of 400 customers. The purposive sampling was applied to gain 200 people by setting sampling in Taro Yamane method. The research instrument was a questionnaire. The statistical analysis was descriptive statistics that finding percentage, average, standard deviation and f-test.

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตศึกษารังสิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น จ. ขอนแก่น 40000  
email: kitty\_miw\_m@hotmail.com

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จ.ขอนแก่น 40000 email:tkrail@kku.ac.th

The research found that (1) customers opinion level in factor effecting to Spa choosing of customer : a case Study of Nokkaew 888 Spa in Udonthani Province in 7 overall factors that are product, price, place, promotion, personal, service method, atmosphere and image had the result as follow; the respondent had opinion level in marketing mix that had effecting to spa choosing of Nokkaew 888 spa's customer in Udonthani Province that had important of product use in spa and price of service that inform clearly. In additional, the honesty in service of staff, recommendation and knowledge of professional in spa massage, spa location that establish in easy to find and capacity of creating believable from customers. (2) Comparing between with personal factor, age, occupation, average income, marital status, how to know spa shop that were affect spa choosing of Nokkaew 888 Spa's customer in product, price, place, promotion, personal, service method, atmosphere and image in overall factor was statistically significantly at .05 level.

**Keywords:** Maketing Mix Factor, spa

## บทนำ

สปา โดยทั่วไปหมายถึงการบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีตามธรรมชาติที่ใช้ น้ำเป็นองค์ประกอบ ในการบำบัด ควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีทางการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์[1] สปา ตามความหมายของกองการประกอบโรคศิลป์ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข สปา หมายถึงสถานบริการ เพื่อสุขภาพ หรือสถานพยาบาลที่ให้บริการลูกค้าทั่วไปด้วยศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพ การปฏิบัติต่อร่างกายเพื่อ สุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพเป็นบริการหลัก เพื่อปรับความสมดุลของร่างกายและจิตใจ โดยให้คำแนะนำด้าน บริการที่จัดไว้ตามหลักวิชาการ รวมถึงอาจจะมีการให้คำแนะนำการส่งเสริมสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การปรับพฤติกรรมตามหลักการแพทย์สากล และสร้างหลักสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์ทางเลือก ทั้งนี้ ให้มีมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด[2]

จังหวัดอุดรธานีก็เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นจำนวนมาก ซึ่งจังหวัดอุดรธานียังมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติและ การท่องเที่ยวแบบสังคมเมือง รวมไปถึงยังเป็น แหล่งของเศรษฐกิจที่มีอาณาเขตติดประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นศูนย์กลางสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ใกล้เคียง จึง ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศ และในประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก กรอบกับการเข้า ประชาคมอาเซียนในปี 2558 นี้ ซึ่งจังหวัดอุดรธานีเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญในเรื่องของธุรกิจการค้าต่างๆ จึงทำให้ ธุรกิจบริการ ของจังหวัดอุดรธานีไม่ว่าจะเป็นที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท หรือแม้กระทั่งธุรกิจที่ให้ความผ่อนคลาย ในเรื่องของสุขภาพ การดูแลสุขภาพผิวพรรณ และความงามอย่างธุรกิจสปาจึงเป็นที่สนใจมากขึ้น

ร้านนงแก้ว 888 สปา เป็นสถานบริการที่ให้บริการทางด้านสปาในการผ่อนคลาย ความเครียดต่างๆ การ ดูแลผู้มาใช้บริการด้วยสมุนไพรที่ทำให้เกิดความผ่อนคลาย รวมไปถึงการดูแลสุขภาพผิวพรรณ และความสวยงาม ที่ผู้มาใช้บริการต้องการจากร้านที่สำคัญคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการของธุรกิจสปาที่สามารถทำให้ผู้มา ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและดึงดูดให้ผู้มาใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งอาจจะเกิดได้หลายปัจจัย เช่น การ บริการจากพนักงาน กระบวนการการให้บริการแก่ลูกค้า เป็นต้น

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนงแก้ว 888 สปา
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนงแก้ว 888 สปา

## วิธีดำเนินการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้ บริการ : กรณีศึกษา ร้านนงแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลด้วย แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการ ร้านนงแก้ว 888 สปา เช่น นักศึกษา นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และใช้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการ ร้านนงแก้ว 888 สปา จำนวน 200 คน ตัวอย่าง โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาร์โรว์ ยามาเน่ [3] ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

โดยที่

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากร = 400

$e$  = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (ความเชื่อมั่นร้อยละ 95)

$$= \frac{400}{1 + (400) \cdot (0.05)^2}$$

$$= \frac{400}{1 + (400) \cdot (0.0025)}$$

$$= 200 \text{ คน}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 200 คน

ส่วนที่ 1 แบบคำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลได้แก่เพศอายุอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสถานภาพสมรสรู้จักร้านจากช่องทางใดของผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปาได้แก่

- ด้านการบริการภายในร้าน (Spa Service)
- ด้านผลิตภัณฑ์(Product)
- ด้านราคา(Price)
- ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย(Place)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion)
- ด้านบุคลากร(People)
- ด้านวิธีการให้บริการ(Process)
- ด้านบรรยากาศ และภาพลักษณ์ (Physical)

ลักษณะของแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

- |   |             |                     |
|---|-------------|---------------------|
| 5 | หมายความว่า | ความสำคัญมากที่สุด  |
| 4 | หมายความว่า | ความสำคัญมาก        |
| 3 | หมายความว่า | ความสำคัญปานกลาง    |
| 2 | หมายความว่า | ความสำคัญน้อย       |
| 1 | หมายความว่า | ความสำคัญน้อยที่สุด |

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D)

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นค่าวัดการกระจายที่สำคัญทางสถิติ เพราะเป็นค่าที่ใช้บอกถึงการกระจายของข้อมูลค่าส่วนเบี่ยงเบนเฉลี่ย

$$\text{สูตร S.D.} = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{(n - 1)}} \quad (2)$$

เมื่อ S.D.	คือ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
X	คือ	ข้อมูล (1,2,3...N)
$\bar{x}$	คือ	ค่าเฉลี่ย
N	คือ	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิด การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในด้านใดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนกแก้ว 888 สปา

### ผลการศึกษาและอภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการ: กรณีศึกษา ร้านนกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี สรุปผลได้ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.00 มีอายุ 20 – 30 ปีคิดเป็นร้อยละ 42.50 อาชีพกิจการส่วนตัว / ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 31.00 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีสถานภาพโสด คิดเป็น ร้อยละ 60.50 ส่วนใหญ่ รู้จักร้านนกแก้ว 888 สปา จากทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็น ร้อยละ 29.00

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มี ผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการ ร้านนกแก้ว 888 สปา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกแก้ว 888 สปา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้ และมีไว้จำหน่ายภายในร้านนกแก้ว 888 สปา ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดหน้ามีความน่าเชื่อถือมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.38$ ) ด้านราคา ในเรื่องของมีการระบุราคาค่าบริการอย่างชัดเจนที่ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$ ) ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ในเรื่องของอยู่ในแหล่งหาได้ง่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.39$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของมีการแจกแผ่นพับใบปลิวแนะนำการให้บริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.13$ ) ด้านพนักงาน ในเรื่องของพนักงานมีการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ) ด้านวิธีการให้บริการ ในเรื่องของได้รับการให้คำแนะนำและความรู้จากพนักงาน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.14$ ) และด้านบรรยากาศและภาพลักษณ์ ในเรื่องของความมั่นใจในการมาใช้บริการของร้านนกแก้ว 888 สปา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ )

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกแก้ว 888 สปา แตกต่างกัน จากการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านสถานภาพสมรส ด้านรู้จักร้านจากทางใด มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกแก้ว 888 สปา ในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านวิธีการให้บริการด้านบรรยากาศ และภาพลักษณ์ และในภาพรวมแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งหมายความว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และรู้จักร้านจากทางใดที่ต่างกันจะมีผลต่อ

การเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ การอภิปรายผลการศึกษาค้างนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการ: กรณีศึกษา ร้านนกกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี อภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการ: กรณีศึกษา ร้านนกกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรด้านวิธีการให้บริการและด้านบรรยากาศ และภาพลักษณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดสปา ราคาและค่าบริการมีการระบุไว้อย่างชัดเจน และพนักงานมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ และให้คำแนะนำ ความรู้ในการนวดสปาด้วยความเชี่ยวชาญ และสถานที่ตั้งสปาอยู่ในแหล่งที่หาได้ง่าย และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับปวโรณา อัจฉริยบุตร และคณะ (2547) ศึกษาเรื่อง “มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่” พบว่า

ในด้านความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการสปาอันดามัน พบว่า มีความพึงพอใจต่อบุคลากรผู้ให้บริการด้านความสะอาด ความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการและการแต่งกายที่เหมาะสม การวางตำแหน่งการตลาดของสปาอันดามัน คือ สปาที่ตั้งอยู่ในแวดล้อมด้วยธรรมชาติ และมีราคาค่าบริการที่สมเหตุสมผล

อุปสรรคของธุรกิจสปาอันดามัน คือ ปัญหาด้านบุคลากร ความซ้ำซ้อนของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว การตัดราคาของผู้ประกอบการ ช่องว่างในการสื่อสารระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งภาคเอกชนด้วยกันเอง การขาดประสบการณ์ของผู้ประกอบการในการทำธุรกิจสปาโดยตรง ความไม่แน่ใจในธุรกิจสปาของผู้ประกอบการ และปัญหาด้านภาพลักษณ์ในด้านลบของสปา

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา แตกต่างกัน อภิปรายได้ดังนี้

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ในด้านการบริการภายในร้าน ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านวิธีการให้บริการด้านบรรยากาศและภาพลักษณ์ และโดยรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้ และมีไว้จำหน่ายภายในร้าน พบว่าไม่แตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านวิธีการให้บริการ และโดยรวม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนด้านการบริการภายในร้าน ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้ และมีไว้จำหน่ายภายในร้าน ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านบรรยากาศและภาพลักษณ์ พบว่า ไม่พบความแตกต่าง

เมื่อการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา แตกต่างกันทั้งในรายด้านทุกด้านและโดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เมื่อการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา แตกต่างกันทั้งในรายด้านทุกด้านและโดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เมื่อการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรสของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ในด้านการบริการภายในร้าน ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านวิธีการให้บริการ ด้านบรรยากาศและภาพลักษณ์ และด้านโดยรวม พบว่า ไม่พบความแตกต่าง ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้และมีไว้จำหน่ายภายในร้าน และด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เมื่อการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านท่านรู้จักร้านนกกแก้ว 888 สปา จากทางใดของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ท่านรู้จักร้านนกกแก้ว 888 สปา จากทางใด กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการร้านนกกแก้ว 888 สปา ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้และมีไว้จำหน่ายภายในร้าน ด้านราคา ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมตลาด ด้านพนักงาน ด้านวิธีการ ด้านบรรยากาศและภาพลักษณ์ และด้านโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนด้านการบริการภายในร้านให้บริการ พบว่า ไม่พบความแตกต่าง

### ข้อเสนอแนะ

เจ้าของร้านนกกแก้ว 888 สปา สามารถนำปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้มาใช้บริการ: ทัศนศึกษา ร้านนกกแก้ว 888 สปา ในจังหวัดอุดรธานี ที่มีผู้ให้ความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมตลาด เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงแผนการตลาดของทางร้าน เพื่อให้การบริการของทางร้านมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นควรมีการทำโปรโมชั่น และส่วนลดให้กับลูกค้า เพื่อการคืนกำไรแก่ลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้ามากขึ้น ควรทำการโฆษณาผ่านรายการวิทยุท้องถิ่น หรือติดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามจุดสาธารณะ เช่น ตลาดสด สวนสาธารณะ หรือห้างสรรพสินค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้จักร้านเพิ่มขึ้น ควรทำการตลาดโดยการจัดงานสัปดาห์ความงาม หรือร่วมจัดบูทในด้านความงามเพื่อสุขภาพตามสถานที่ต่างๆ ที่มีการจัดงาน เช่น ตามห้างสรรพสินค้า งานแสดงสินค้าทางด้านความงามและสุขภาพต่างๆ

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะผู้เขียนได้รับคำแนะนำและรับความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่าง

### เอกสารอ้างอิง

- [1] YesSpaThailand.(2558).**สปาคืออะไรในเชิงร่วมสมัย**.ค้นหาเมื่อ 5 มกราคม 2558,จาก<http://www.yesspathailand.com>.
- [2] ThaiSpaCenter.(2558).**ความรู้สปา**.ค้นหาเมื่อ 5 มกราคม 2558 ,จาก<http://www.thaispacenter.com>
- [3] Yamane Taro.(1973).Statistics: An Introductory Analysis. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.