

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปา (Day Spa) ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ	นางสาววิภารัตน์ ศรีเทพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ หิรัญกิตติ
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การใช้บริการสปา (Day Spa) ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสปาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างกับกลุ่มตัวแปร 2 กลุ่ม ใช้ t-test Independent การทดสอบความแปรปรวนทางเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ ANOVA ในกรณีที่พบว่ามีความแตกต่างจะใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รูปแบบของการบริการที่ใช้ส่วนใหญ่คือ บริการนวดหน้า/ขัดหน้าโดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายจากการทำงานและต้องการรักษาสุขภาพ โดยตัดสินใจเข้าใช้บริการด้วยตนเอง ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการใช้บริการสปา (Day Spa) ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้งอยู่มากที่สุด 2,500 บาทและมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อเดือนมากที่สุดคือ 6,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน โดยให้ความสำคัญกับการใช้บริการในอนาคตรดับมากที่สุดและมีการแนะนำและการบอกต่อบุคคลอื่นในระดับมาก ส่วนปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการสปา (Day Spa) คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการและด้านสภาพแวดล้อม

Independent Study Title	Marketing Factor Affecting Behavior of Using of Day Spa Service in Bangkok Metropolis
Name	Miss Viparat Srithep
Advisor	Assistant Professor Pimpa Hirankitti
Major	General Management
Academic year	2008

ABSTRACT

This independent research has the purpose to study about the marketing factor affecting the day spa service use behavior in Bangkok Metropolis. The sample group applied in this research comprised 400 day spa service users in Bangkok Metropolis. The tools were questionnaires for collection of data. The statistic tools for analysis of data were percentage, mean, standard deviation, difference analysis was made with two variable groups, using t-test independent; one way analysis of variance was used with more than two sample groups, using ANOVA; in case there was difference, using pair test, by using method of Least Significant Difference (LSD) and analysis of relations by using simple correlation of Pearson.

The analysis found that most spa service users were women, aged 30-39 years, education: Bachelor's Degree, occupation: employees/staff in private company; having average monthly salary of 10,001-20,000 baht; the forms of service that most users liked to use were facial massage/facial scrub service; the reasons for day spa service use were to relax from work and to have good health. Users decided to use the service by themselves. Consumers emphasized the marketing factors in the aspect of physical environment in the highest level. The factors in the product, price service complex, marketing promotion and process were in high level. For the behavior of day spa service users in Bangkok Metropolis, most users had the expense in service use per one time, in the highest price of 2,500 baht and had the expense in service use per month in the highest level of 6,000 baht. The frequency of service use was two times per month; the importance was emphasized on service use in the future in the maximum level. The introduction and telling other people from one person to another were in high level. The marketing factors having relations with day spa use behavior were products, price, service use complex, marketing promotion, process and environment.