

การศึกษาความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับมาตรฐาน การให้บริการของธุรกิจสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เบญจวรรณ ศฤงคาร¹

สันติกร ภูมิปฐมกุล²

Received 22 June 2020

Revised 1 July 2020

Accepted 17 July 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับของมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ (2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 124 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 87.9) มีอายุอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี (ร้อยละ 52.4) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.9) ส่วนใหญ่จดทะเบียนรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด (ร้อยละ 48.8) และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท (ร้อยละ 34.7) โดยมีระดับความคิดเห็นต่อมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มาตรฐานด้านบุคลากร มาตรฐานรวมด้านการบริหารและการจัดการ มาตรฐานรวมด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มาตรฐานรวมด้านผลิตภัณฑ์ มาตรฐานรวมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และมาตรฐานรวมด้านบริการ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยรวม มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจและเร่งปรับปรุงมาตรฐานในการบริการและองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งด้านบุคลากร เครื่องมือและอุปกรณ์ สถานที่การจัดงาน รวมไปถึงรูปแบบและแนวทางในการบริหารและจัดการองค์กรให้มีความเหมาะสม

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มาตรฐานการให้บริการ สปา

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อีเมล: benchawan_s@rmutt.ac.th

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อีเมล: santikorn_p@rmutt.ac.th

THE STUDY OF DIFFERENCES BETWEEN ENTREPRENEUR'S CHARACTERISTICS AND SERVICE STANDARD OF SPA BUSINESS IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA

Benchawan Saringkhan¹
Santikorn Pamornpathomkul²

Abstract

The purposes of this research were to study 1) the level of service standard of spa business in Bangkok and metropolitan area, and 2) the difference in service standard of the spa business in Bangkok and metropolitan area classified by the entrepreneur's characteristics. The samples consisted of 124 spa business entrepreneurs. The research used questionnaires as a research tool. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypotheses were investigated by Independent sample t-test and One-way ANOVA. The result showed that most of the respondents were female (87.9%), aged between 20 – 30 years (52.4%), graduated bachelor's degree (58.9%). Most entrepreneur registered their business model as a limited company (48.8%), and earned monthly income between 50,000 – 100,000 bath (34.7%). The overall opinion towards the service standard of spa business was at high level which can be sorted in descending order as follows: personnel standard, administration and management standard, location and environmental standard, product standard, tool and equipment standard, and service standard. The results from hypothesis testing showed that the overall of service standard of spa business in Bangkok and metropolitan area were different according to the characteristics of entrepreneurs in terms of age at 0.05 level of statistical significance. The entrepreneurs can appropriately envisage and adopt the obtained results to improve the service standards as well as other related service components including personnel, tools and equipment, servicing locations, and patterns of business management.

Keywords: Characteristics of Entrepreneur, Service Standard, Spa Business

¹ Full-time lecturer, Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 39 Moo 1, Klong 6, Khlong Luang, Pathum Thani, 12110 Thailand, E-mail: benchawan_s@rmutt.ac.th

² Full-time lecturer, Department of Economics, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 39 Moo 1, Klong 6, Khlong Luang, Pathum Thani, 12110 Thailand, E-mail: santikorn_p@rmutt.ac.th

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจสปาของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจากกระแสความใส่ใจในด้านสุขภาพ ทั้งยังเป็นธุรกิจที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่มีความต้องการจะเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว ซึ่งประเทศไทยมีการดำเนินธุรกิจสถานประกอบการสปาอยู่หลายแห่งทั่วประเทศและมีผู้ใช้บริการจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากสปานั้นสามารถช่วยผ่อนคลายจากความเครียดได้ทั้งร่างกายและจิตใจพร้อมทั้งช่วยบำบัดสุขภาพโดยธรรมชาติ ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการสปาแห่งเอเชีย (Spa Capital of Asia) จึงทำให้มีสถานประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจสปาที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขจำนวนถึง 1,817 แห่ง (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2558) การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาส่งผลให้เกิดการจ้างงานในกลุ่มธุรกิจสปาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของกลุ่มพนักงานที่ให้บริการในสปาอาชีพพนักงานสปาถือว่าเป็นหนึ่งในอาชีพบริการที่ต้องให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการในสปา การทำงานต้องอาศัยทั้งร่างกายและแรงใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด (สุธิลักษณ์ ลาตปาละ, 2551) ทั้งนี้พนักงานสปาที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจ ในบริการและกลับมาใช้บริการที่สถานประกอบการสปาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้พนักงานสปามีผลการทำงานดีและมีลูกค้าประจำเลือกใช้บริการอยู่เสมอทำให้เกิดรายได้จากชั่วโมงการทำงานและทิปจากลูกค้า (พรปวีณ์ ศิริรักษ์, 2551)

คุณภาพของมาตรฐานการบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ ซึ่งควรจะตอบสนองความต้องการหรือเกินกว่าความคาดหวังเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสปา (สุพัชรจิต จิตประไพ, 2552) จึงทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการประเมินเรื่องคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการในการสร้างความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้า ทั้งยังสามารถดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำ ๆ หรือเป็นตัวช่วยให้ลูกค้าส่งต่อความพึงพอใจไปยังลูกค้าอื่น ๆ ให้มาใช้บริการ และยังเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างฐานลูกค้ามีความสัมพันธ์ระยะยาวที่มีต่อผู้ให้บริการ (บุคลากรสำนักงานกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2554) ทั้งนี้คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างกันจะส่งผลต่อมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาแตกต่างกัน ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการวิจัยในด้านนี้อย่างจำกัด เนื่องจากหลาย ๆ งานวิจัยมุ่งเน้นไปที่เรื่องของความสำเร็จทางธุรกิจ (พนทิพย์ ชาริไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และไฉ จามรมาน, 2555; วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์, 2558)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาของธุรกิจสปาจึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับมาตรฐานการให้บริการของธุรกิจสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเชื่อว่าการสร้างมาตรฐานการให้บริการสร้างรูปแบบการบริการที่มีคุณภาพสำหรับสถานประกอบการกิจการสปา ซึ่งถือเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพของมาตรฐานการบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่ ควรมีการปรับปรุงหรือแก้ไขอย่างไร ทั้งยังทำให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในแง่มุมต่าง ๆ ของสถานประกอบการสปา ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาคุณภาพของมาตรฐานการให้บริการอย่างรอบด้านในการพัฒนาศักยภาพของสถานประกอบการ และทำให้อุตสาหกรรมการให้บริการสปาของประเทศไทยได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

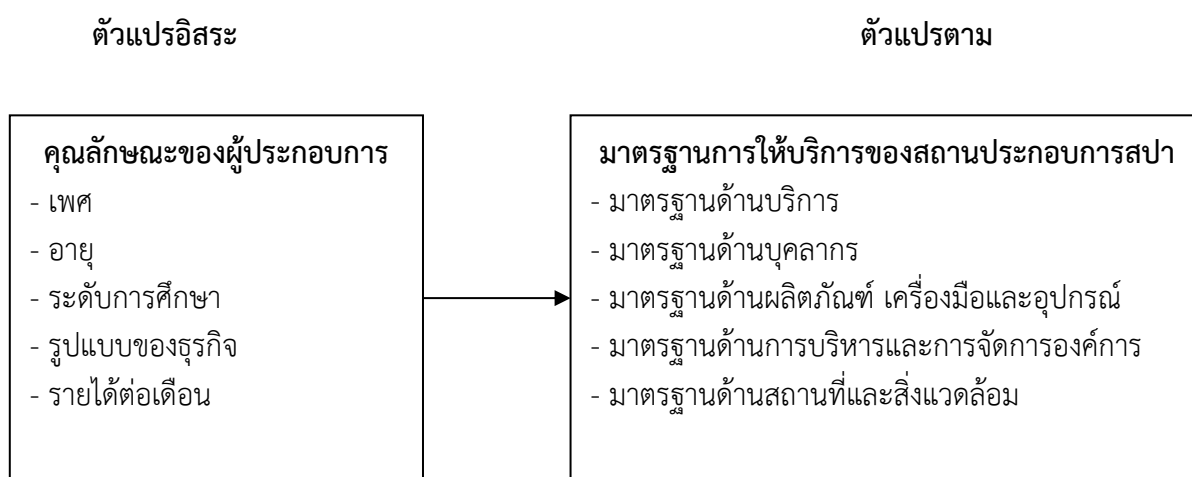
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับของมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

สมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ คือ มาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบธุรกิจ และรายได้ต่อเดือน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานของการให้บริการ เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับวางแผนให้เกิดการบริการที่ดีหรือบ่งบอกถึงคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการโดยมีการวางหลักและแนวทาง ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่จะขับเคลื่อนองค์การบริการ ซึ่งผู้คิดค้นต้นแบบในเรื่องคุณภาพการให้บริการ คือ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ที่ได้กล่าวถึงการประเมินคุณภาพบริการจากการรับรู้ (Perceived Service Quality) และความคาดหวัง (Expectation) โดยภายหลังในปี ค.ศ.1988 ได้แบ่งเกณฑ์การตัดสินคุณภาพการบริการเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าว กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2559) นำมากำหนดเกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพซึ่งจะประกอบด้วยมาตรฐานจำนวน 5 ด้าน ได้แก่

(1) มาตรฐานด้านบริการ (Service Quality) มีวัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบการบริการว่ากิจกรรมบริการนั้นมีการบริการครบถ้วนถูกต้อง มีคุณภาพตามหลักวิชาการตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า (2) มาตรฐานด้านบุคลากร (Skill Staff) มีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินความรู้ความสามารถของบุคลากรในสถานประกอบการสปา เพื่อสุขภาพว่ามีคุณสมบัติที่จะบริการลูกค้าได้อย่างปลอดภัย และประทับใจ (3) มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (Tool & Equipment) มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ จัดหาผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ที่มีคุณภาพไว้สำหรับบริการผู้มารับบริการ (4) มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร (Organization & Management Quality) มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพตระหนักถึงความสำคัญ และมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในสถานประกอบการอย่างต่อเนื่อง และ (5) มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Ambient) วัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประทับใจในสภาพแวดล้อม เนื่องจากสปาเพื่อสุขภาพผู้รับบริการจะต้องได้รับบริการครบทั้ง 5 มิติ คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นวลพงษ์ เสือแก้ว (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มเดย์สปา (Day spas) กับสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม (Hotel & Resort spa) ที่ผ่านมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขประจำปี 2550 ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านมาตรฐานสถานที่ สปาทั้ง 2 ประเภท มีรูปแบบการตกแต่งบรรยากาศภายในสปาแบบไทยมากที่สุด โดยมีการสร้างบรรยากาศด้วยการใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และมีการเปิดเพลง หรือดนตรี ด้านมาตรฐานผู้ให้บริการ พบว่า เดย์สปาและสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ส่วนใหญ่มีพนักงาน Therapist และผู้ดำเนินการสปาได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข ด้านมาตรฐานการบริการ พบว่าเดย์สปาส่วนใหญ่มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย และมีการเปิดเพลงหรือดนตรี ส่วนสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม พบว่า ส่วนใหญ่มีการสร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหยและการเปิดเพลงหรือดนตรีเช่นเดียวกับเดย์สปา ด้านมาตรฐานความปลอดภัย พบว่าเดย์สปาและสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมมีขั้นตอนการทำความสะอาดของอุปกรณ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ในที่สะอาด ปลอดภัยสำหรับผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการ พบว่าคุณภาพการบริการของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ดีกว่าเดย์สปาอย่างมีนัยสำคัญ และด้านความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ถูกต้องเหมาะสม (Competence) ด้านการเข้าถึงบริการได้ง่ายไม่ยุ่งยาก (Access) ด้านความเข้าใจลูกค้า เข้าใจลูกค้ามาใส่ใจตน (Customer Understanding) ของสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมดีกว่าเดย์สปา อย่างมีนัยสำคัญ

อนันต์ เชื้อวชาญกิจการ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพบริการสำหรับสถานประกอบการ สปาในกลุ่มท่องเที่ยวเอ็กทิฟปีช ประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ระดับของการบริการแท้จริงสูงกว่าระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการก่อให้เกิดช่องว่างของคะแนนที่เป็นบวก ปัจจัยเกือบทั้งหมดนั้นยังสูงกว่าระดับการรับรู้ของคุณภาพการบริการ โดยปัจจัยด้านการตอบสนองผู้ให้บริการ และด้านการรับประกันได้รับคะแนนสูงสุด ตามด้วยองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมการเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ และการจัดตั้งทั้งด้านความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความคาดหวังและความพึงพอใจในการบริการอ้างอิงถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างคุณภาพการบริการ คุณค่าการรับรู้ และการติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้ามีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาในกลุ่มท่องเที่ยวเอ็กทิฟปีช ในประเทศไทย ผลการวิจัยเปิดเผยว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่เป็นบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ผ่านคุณค่าการรับรู้) คุณค่าการรับรู้มีอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า การติดต่อระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่เป็นบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ผ่านคุณค่าการรับรู้)

สุณีย์ ล่องประเสริฐ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนามาตรฐานธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ เมื่อเปรียบเทียบความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาในอำเภอเกาะสมุย ทั้งโดยรวมและรายได้ ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ระดับการพัฒนาธุรกิจสปา และผลที่ได้รับทั้งโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการพัฒนาและผลที่ได้รับมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.96 ส่วนระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หลังจากการพัฒนาทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจก่อนและหลังการพัฒนา พบว่า ทั้งโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านทำเลที่ตั้งที่ไม่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีสถานประกอบการในภาคกลางโดยจำแนกตามลักษณะการให้บริการ ดังนี้ สปาเพื่อสุขภาพ จำนวน 296 แห่ง นวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 728 แห่ง และนวดเพื่อเสริมสวย จำนวน 186 แห่ง และไม่ระบุ จำนวน 60 แห่ง รวมทั้งหมดจำนวน 1,270 แห่ง (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2562) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณตัวอย่างจากสูตรของ Weiers (2005) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 จึงได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 295 คน (ละเอียต ศิลาโนย, 2560) ซึ่งภายหลังกลับได้รับการตอบกลับแบบสอบถามจากทางไปรษณีย์ จำนวน 124 คน หรือร้อยละ 42 ซึ่งไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 และใกล้เคียงร้อยละ 50 ถือว่าสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ (นิศาชล รัตนมณี และประสพชัย พสุนนท์, 2562) ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ได้เลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามพื้นที่ (Area Sampling) ซึ่งจะแบ่งออกตามจำนวนสถานประกอบการสปา ในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ภาคกลาง โดยแบ่งเป็น กรุงเทพมหานคร จำนวน 64 สถานประกอบการ และปริมณฑลจำนวน 60 สถานประกอบการ แบ่งเป็นนครปฐม จำนวน 10 สถานประกอบการ นนทบุรี จำนวน 15 สถานประกอบการ ปทุมธานี จำนวน 18 สถานประกอบการ สมุทรปราการ จำนวน 9 สถานประกอบการ และสมุทรสาคร จำนวน 8 สถานประกอบการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนงานวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วย (1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจ และ (2) มาตรฐานการให้บริการสปาของสถานประกอบการ โดยทบทวนจากคู่มือมาตรฐานสถานประกอบการสปา ของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2559) จำนวน 5 ด้าน แบ่งเป็น ด้านบริการ จำนวน 3 ข้อคำถาม ($\alpha = 0.812$) ด้านบุคลากร จำนวน 3 ข้อคำถาม ($\alpha = 0.735$) ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ จำนวน 4 ข้อคำถาม ($\alpha = 0.721$) มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การ จำนวน 3 ข้อคำถาม ($\alpha = 0.807$) และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 ข้อคำถาม ($\alpha = 0.752$) โดยรวมทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.822 ($\alpha = 0.822$) ซึ่งข้อคำถามเป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale 5 ระดับ โดยแบ่งส่วนการแปลผลจากสูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard

Deviation) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Independent sample t-test และ One-way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	15	12.1
- หญิง	109	87.9
อายุ		
- 20 – 30 ปี	65	52.4
- 31 – 40 ปี	31	25.0
- 41 – 50 ปี	16	12.9
- 51 ปีขึ้นไป	12	9.7
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	73	58.9
- ปริญญาตรี	48	38.7
- สูงกว่าปริญญาตรี	3	2.4
รูปแบบธุรกิจ		
- กิจการเจ้าของคนเดียว	36	29.0
- ห้างหุ้นส่วน	7	5.6
- บริษัทจำกัด	60	48.4
- บริษัทจำกัด (มหาชน)	11	8.9
- อื่น ๆ	10	8.1
รายได้ต่อเดือน		
- น้อยกว่า 50,001 บาท	27	21.8
- 50,001 – 100,000 บาท	43	34.7
- 100,001 – 500,000 บาท	30	24.2
- 500,001 – 1,000,000 บาท	15	12.1
- มากกว่า 1,000,000 บาท	9	7.2
รวม	124	100.0

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับคะแนนของมาตรฐานการให้บริการ

มาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
มาตรฐานด้านบริการ	3.29	0.52
- รายละเอียดในการให้บริการที่ชัดเจน	3.53	0.86
- การปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า	3.46	0.78
- การรับฟังและจัดการแก้ไขข้อร้องเรียน	2.89	1.08
มาตรฐานด้านบุคลากร	3.56	1.02
- การจัดฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	3.81	0.66
- การจัดทำเอกสารการจ้างงานและเอกสารงานอื่น ๆ อย่างเหมาะสม	3.80	0.74
- ผู้ให้บริการผ่านการอบรมความรู้เฉพาะด้านการบริการในแต่ละประเภท	3.09	1.17
มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์	3.46	0.43
- ระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าระหว่างการรับบริการ	3.85	0.61
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การรับรอง	3.71	0.76
- การดูแลรักษาความสะอาดของเครื่องมืออุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ	3.64	0.82
- การตรวจสอบเครื่องมือและอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ	2.65	1.02
มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การ	3.51	0.33
- มีระบบการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐาน	4.01	0.61
- การจัดแบ่งภาระหน้าที่ชัดเจน	3.34	0.58
- การจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน	3.19	0.42
มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	3.47	0.34
- ตู้ล็อกเกอร์ให้ลูกค้าจัดเก็บทรัพย์สินมีค่า	4.01	0.61
- สภาพแวดล้อมที่ดีไม่แออัด	3.90	0.74
- การตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย	3.34	0.58
- บริเวณต้อนรับแยกออกจากที่ให้บริการ	2.63	1.05
รวม	3.46	0.26

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รูปแบบธุรกิจ	รายได้ต่อเดือน
A	t = 0.318 (Sig. = 0.751)	F = 1.014 (Sig. = 0.403)	F = 0.583 (Sig. = 0.560)	F = 1.058 (Sig. = 0.380)	F = 1.267 (Sig. = 0.287)
B	t = 0.842 (Sig. = 0.401)	F = 2.834* (Sig. = 0.028)	F = 1.274 (Sig. = 0.283)	F = 0.905 (Sig. = 0.463)	F = 0.978 (Sig. = 0.423)
C	t = 2.043* (Sig. = 0.043)	F = 1.848 (Sig. = 0.124)	F = 0.975 (Sig. = 0.380)	F = 1.694 (Sig. = 0.156)	F = 3.866* (Sig. = 0.005)
D	t = 0.877 (Sig. = 0.382)	F = 3.355* (Sig. = 0.012)	F = 1.293 (Sig. = 0.278)	F = 1.434 (Sig. = 0.227)	F = 4.445* (Sig. = 0.002)
E	t = 1.224 (Sig. = 0.223)	F = 1.619 (Sig. = 0.174)	F = 0.620 (Sig. = 0.540)	F = 0.845 (Sig. = 0.500)	F = 4.755* (Sig. = 0.001)
รวม	t = 1.764 (Sig. = 0.080)	F = 3.704* (Sig. = 0.007)	F = 3.055 (Sig. = 0.053)	F = 1.432 (Sig. = 0.228)	F = 2.337 (Sig. = 0.059)

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

A หมายถึง มาตรฐานด้านบริการโดยรวม

B หมายถึง มาตรฐานด้านบุคลากรโดยรวม

C หมายถึง มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์โดยรวม

D หมายถึง มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การโดยรวม

E หมายถึง มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมโดยรวม

จากตารางที่ 3 พบว่า มาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยรวม มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจำแนกความแตกต่างของแต่ละด้านได้ดังนี้

1. มาตรฐานการให้บริการ ด้านบริการโดยรวมของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. มาตรฐานการให้บริการ ด้านบุคลากรโดยรวมของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. มาตรฐานการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์โดยรวมของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านเพศ และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. มาตรฐานการให้บริการ ด้านการบริหารและการจัดการองค์การโดยรวมของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านอายุ และรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. มาตรฐานการให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมโดยรวมของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า มาตรฐานของสถานประกอบการสปาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมาตรฐานจะเป็นตัวกำหนดคุณสมบัติของสถานประกอบการกิจการที่จะทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่แท้จริงดังที่ได้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ อีกทั้งได้รับการรองรับจากกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มาตรฐานด้านบุคลากร มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการ และการจัดการสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยเรียงกันโดยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ความสามารถในการแข่งขันจะเป็นไปอย่างยั่งยืน (sustainable competitiveness) ต้องเป็นความสามารถขององค์กรที่มีเหนือกว่าองค์กรคู่แข่ง และสามารถคงความเหนือกว่านั้นไว้ได้ในระยะยาว (Bharadwaj, Varadarajan, & Fahy, 1993) ดังนั้นความได้เปรียบในการแข่งขันจึงเป็นความสามารถในการสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าหรือบริการที่ทำให้สินค้าหรือบริการนั้นมีความโดดเด่นหรือมีคุณค่าเหนือกว่าสินค้า หรือบริการอื่น ๆ รวมถึงความสามารถในการนำเสนอสินค้า หรือบริการ (Coyne, 1986) ตลอดจนการมีมาตรฐานที่เหนือกว่า นอกจากนี้สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่ให้ความสนใจในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะอาดสบายและความปลอดภัยของผู้รับบริการ และราคาเป็นสำคัญ เนื่องจากเหตุผลทางด้านรายได้ของสถานประกอบการ หรือเพื่อตอบสนองความต้องการในการให้บริการ ด้วยเหตุปัจจัยในด้านดังกล่าวเพื่อให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการสปาแทนที่จะใช้ทางเลือกอื่น จึงส่งผลต่อมาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์โดยส่วนใหญ่ถูกขับเคลื่อนด้วยผลกำไร (Kirzner, 1973) และผลการดำเนินงานที่มีจะถูกวัดจากผลตอบแทนทางการเงิน (Austin, Gutiérrez, Ogliastri, & Reficco, 2006)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า มาตรฐานการให้บริการของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยรวม มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละช่วงอายุ เป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงการออกแบบมาตรฐานในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะพบเห็นได้จากแนวคิดการออกแบบหรือการตกแต่งร้านค้าของผู้ที่มีอายุที่เน้นการออกแสดงออกถึงวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมแบบดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ส่วนผู้มีอายุน้อยจะการผสมผสานวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย (ชาติรี บัวคลี, 2556) นอกจากนี้ผู้ที่อายุอยู่ระหว่าง 20 – 30 ปี จะนิยมใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการให้บริการและบริหารจัดการองค์การ ซึ่งแตกต่างกับผู้ที่มีมากกว่า 50 ปีขึ้นไปที่จะเน้นใช้หลักการและวิธีการนวดและสมุนไพรแบบดั้งเดิม สอดคล้องกับผลการทดสอบในด้านบุคลากรและมาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์การของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังพบว่า มาตรฐานการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำให้เห็นว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละเพศจะมีความแตกต่างกันตามเพศสภาพ ซึ่งผู้ประกอบการเพศหญิงจะมุ่งเน้นมาตรฐานในด้านความสะอาดและความปลอดภัยสูง กว่าเพศชาย แต่ในทางกลับกันเพศชายจะมุ่งเน้นไปที่การติดตามตรวจสอบดูแลเครื่องและอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการให้บริการ

แก่ลูกค้า นอกจากนี้ มาตรฐานการให้บริการในด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มาตรฐานด้านการบริหาร และการจัดการองค์การและด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการสปามีความแตกต่างกันตาม คุณลักษณะของผู้ประกอบการในรายได้ต่อเนื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ การบริหารและการจัดการองค์การและสถานที่และสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ สปาจะขึ้นอยู่กับระดับรายได้ต่อเนื่องของผู้ประกอบที่ใช้จ่ายในการออกแบบงบประมาณตามความเหมาะสม ซึ่งหากมีสถานประกอบการมีรายได้สูงก็จะสามารถนำผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยหรือ เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยตอบสนองต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น และสามารถบริหารจัดการองค์การได้อย่าง ครอบคลุม รวมไปถึงความสามารถในการลงทุนด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ดังที่งานวิจัยของ ศัชชญาน์ ดววจันทร์ และนริศา คำแก่น (2557) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้อาศัยในท้องถิ่นจะใช้บริการสปา โดยเลือกใช้บริการสถานประกอบการที่มีความสะอาดถูกสุขลักษณะและเหมาะสมสำหรับการพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายความเครียดได้ตามอัธยาศัย ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ และมาตรฐานด้านความปลอดภัยและชื่อเสียง อีกทั้งควรมีการตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป หรือบาหลิ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักดี กลั่นภักดี (2560) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัย ด้านมาตรฐานของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะรับรู้คุณภาพด้านบุคลากร มากที่สุด รองลงมาด้านสถานที่ ด้านบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ซึ่งส่งผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. ด้านบริการ ผู้ที่มาใช้บริการมีการรับรู้ในการต้อนรับแบบไทยมากที่สุด ดังนั้นสถานประกอบการ กิจการสปาควรจัดให้มีการบริการอาหารหรือเครื่องดื่ม เช่น น้ำสมุนไพร ขนมไทย เพื่อสร้างความประทับใจ แก่ผู้ที่มาใช้บริการ และควรปรับปรุงมาตรฐานการรับฟังและจัดการแก้ไขข้อร้องเรียนของผู้บริโภคที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการของสถานประกอบการ โดยให้พนักงานพร้อมที่จะรับฟังและแก้ไขปัญหา รวมไปถึง มีช่องทางออนไลน์ให้สามารถร้องเรียนหรือเสนอแนะได้อย่างอิสระ
2. ด้านบุคลากร ผู้ที่มาใช้บริการมีการรับรู้ว่าพนักงานให้บริการด้วยกริยาที่สุภาพอ่อนน้อม และเอาใจ ใส่มากที่สุด ดังนั้นสถานประกอบการกิจการสปาควรมีการจัดอบรมพนักงานอย่างน้อยทุก ๆ 3 เดือนต่อครั้ง เพื่อให้พนักงานมีความรักในงานบริการ มีความเอาใจใส่ผู้รับบริการ และแสดงออกอย่างสุภาพอ่อนน้อม และ พัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น โดยการเข้าร่วมอบรม ฝึกฝนและหาความรู้จาก หน่วยงานหรือวิทยากรต่าง ๆ
3. ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ผู้ที่มาใช้บริการมีการรับรู้ในการจัดเก็บอุปกรณ์ และ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างเหมาะสมมากที่สุด ดังนั้นเพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการมีความมั่นใจในการ เลือกใช้บริการ สถานประกอบการกิจการสปาควรแสดงให้เห็นว่าอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ มีการจัดเก็บอย่างเป็นระเบียบ สะอาด ปลอดภัย และเหมาะสม และควรเพิ่มระดับการตรวจสอบเครื่องมือ และอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างทันทีทันใด โดยการจัดตารางระบบ หมุนเวียนหน้าที่ในการตรวจสอบของพนักงานทั้งก่อนและหลังใช้
4. ด้านการบริหารและการจัดการองค์การ ผู้ที่มาใช้บริการมีการรับรู้ว่าสถานประกอบการสปา มีการ บริหารจัดการองค์การ ดังนั้นควรกำหนดปัจจัยที่ชัดเจนสำหรับการบริหารจัดการองค์การ ทั้งนี้ผลการ

ดำเนินงานขององค์การมีความสำคัญและเป็นผลมาจากการดำเนินงานทางด้านการบริหาร การจัดสรรและผสมผสานทรัพยากร และความชำนาญอย่าง และทรัพยากรที่แตกต่างกัน

5. ด้านสถานที่ ผู้ที่มาใช้บริการมีการรับรู้ว่าสถานที่มีการตกแต่งเหมาะสม เป็นไทย และสวยงามมากที่สุด ดังนั้นสถานประกอบการกิจการสปาควรจะต้องตกแต่งสถานที่ประกอบกิจการของตนให้มีความเป็นไทยและสวยงาม มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ที่มาใช้บริการให้เข้ามาใช้บริการ หรือสอบถามเกี่ยวกับบริการ และควรแยกบริเวณต้อนรับกับบริเวณให้บริการออกจากกันตามความเหมาะสมและรูปแบบของสถานประกอบการให้ชัดเจน

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิเคราะห์ไปถึงพฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการสปา เพื่อทราบถึงมุมมองด้านความพึงพอใจ และความต้องการในการให้บริการลักษณะต่าง ๆ ด้วยเพื่อผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่มได้

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพมาตรฐานสถานประกอบการสปาในประเทศไทยกับต่างประเทศ เพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างและคุณภาพที่ลูกค้าได้รับ

เอกสารอ้างอิง

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2558). รายงานจำนวนสถานประกอบการบริการ

สุขภาพ. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2559). คู่มือเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการ สปา เพื่อสุขภาพระดับสากล. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2562). รายชื่อสถานประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

ชาตรี บัวคลี่. (2556). ปฏิวัติโลกธุรกิจหลังสมัย ด้วย “Design”. Veridian E-Journal, 6(4), 99-111.

นวลพงษ์ เสือแก้ว. (2551). การจัดการมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร.

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).

นิศาชล รัตนมณี และประสพชัย พสุนนท์. (2562). อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 13(3), 181-188.

บุคลากรสำนักงานกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม. (2554). คู่มือมาตรฐานการให้บริการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

พนทิพย์ ชาริไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และไฉ จามรมาน. (2555). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7(1), 39-50.

พรวิวัฒน์ ศิริรักษ์. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านฉัตรสุภาคลินิกแพทย์แผนไทยและสปา อำเภอหัวหิน. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

ภักดี กลั่นภักดี. (2560). ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 37(3), 97-110.

- ละเอียดยศ คีลนน้อย. (2560). การใช้สูตรทางสถิติ (ที่ถูกต้อง) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณในทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. **วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์**, 12(2), 50-61.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. **Veridian E-Journal**, 8(2), 967-988.
- ศัชนฤศา ดวงจันทร์ และนริศา คำแก่น. (2557). ความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม. **วารสารการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต**, 11(3), 27-46.
- สุณีย์ ล่องประเสริฐ. (2557). การพัฒนามาตรฐานธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี**, 1(1), 125-141.
- สุธีลักษณ์ ลาตปลาละ. (2551). **ความเครียดจากการทำงานของพนักงานนวดสปาในบริบทของกระบวนการแรงงานและการจัดการองค์การ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุพัชรจิต จิตประไพ. (2552). การสร้างความแตกต่างในธุรกิจบริการ. **วารสารเพื่อคุณภาพ**, 16(143), 51-54.
- อนันต์ เขียวชาญกิจการ. (2556). **การพัฒนาคุณภาพบริการสำหรับสถานประกอบการ สปาในกลุ่มท่องเที่ยวเอ็กทิพีช ประเทศไทย**. (ดุชนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- Austin, J., Gutiérrez, R., Ogliastri, E., & Reficco, E. (2006). **Effective management of social enterprises: Lessons from businesses and civil society organizations in Iberoamerica**. Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahy, J. (1993). Sustainable competitive advantage in service industries: A conceptual model and research propositions. **Journal of Marketing**, 57(4), 83-99.
- Coyne, K. P. (1986). Sustainable competitive advantage: What is it, what it isn't. **Business Horizons**, 29(1), 54-61
- Kirzner, I. (1973). **Competition and entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, 64(1), 12-40.
- Weiers, R. M. (2005). **Introduction to business statistic** (5th ed.). Belmont, CA: Thomson – Brooks/cole.