

นับจากวิกฤตเศรษฐกิจ เมื่อปี 2540 เป็นต้นมา ธุรกิจบริการนับเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ภาครัฐให้ความสำคัญ และให้การสนับสนุนและส่งเสริมเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อทำรายได้เข้าประเทศ ธุรกิจบริการที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ และความงาม เป็นต้น

ในปัจจุบันมีกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพของประชาชนเป็นอย่างมาก ดังนั้น ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงาม จึงเป็นธุรกิจที่ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการให้ความสนใจ โดยเฉพาะธุรกิจสปา

ธุรกิจสปา เป็นธุรกิจที่เน้นบริการที่ถึงตัวผู้บริโภค ดังนั้น ความต้องการของลูกค้าจึงเป็นแนวทางที่จะนำมาใช้ในการวางกลยุทธ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย ในเรื่องนี้ ก็คือ 1) เพื่อหาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภค เคย์ สปา และ 2) เพื่อหาด้านทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการ เคย์ สปา โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่เคยใช้บริการสปาตามสถานประกอบการต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ เจ้าของสถานประกอบการ เคย์ สปา ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง กันยายน พ.ศ.2548 เนื้อหาสาระของการศึกษาในครั้งนี้ ก็คือ ต้องการศึกษาดูลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภค เคย์ สปา ของผู้บริโภคจำนวน 350 คน กระจายทั่วไปในพื้นที่เขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาถึงต้นทุนรวมเฉลี่ยในทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อประโยชน์สำหรับผู้สนใจที่จะประกอบกิจการสปาในอนาคต

การศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคสปาของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ใช้วิธีการทางสถิติ คือ วิธีการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis : MCA) ส่วนการศึกษาถึงต้นทุนของการประกอบการ เคย์ สปา ในทางเศรษฐศาสตร์ จะพิจารณาจากสมการต้นทุนเฉลี่ย ซึ่งประกอบด้วย ผลรวมของต้นทุนคงที่เฉลี่ย ต้นทุนแปรผันเฉลี่ย และต้นทุนค่าเสียโอกาส รวมทั้งได้มีการนำเอาตัวแปรเชิงคุณภาพ คือ เพศ อายุ อาชีพ มาเพื่อหาความสัมพันธ์กับตัวแปร ในเรื่องความพอใจที่ได้รับจากบริการสปาโดยทั่วไป ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการสปา ความพอใจที่ได้รับจากบริการสปาที่เกี่ยวกับสุขภาพ ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ และการจัดรายการพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภค เคย์ สปา และต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการ เคย์ สปา ได้ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงประกอบอาชีพอยู่ในบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี และสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาลำดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคสปาโดยรวมของผู้บริโภค ทั้งแยกตามระดับรายได้ และไม่แยกตามระดับรายได้ พบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจใช้จ่ายเพื่อบริโภคสปาก็คือ ราคาค่าบริการสปา/ครั้ง และประโยชน์ที่ได้รับจากบริการสปา แต่เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค แยกตามระดับรายได้ของผู้บริโภค 3 ระดับ คือ ระดับต่ำ ระดับปานกลาง และระดับสูง พบว่า ในปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญนั้น ปัจจัยที่เหมือนกันในทุกุกระดับรายได้ ก็คือ ราคาค่าบริการ สปา/ครั้ง ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการสปา และรายได้พิเศษอื่นๆ ที่ได้รับนอกเหนือจากรายได้ประจำ

การศึกษาถึงต้นทุนเฉลี่ยในการประกอบกิจการของสถานประกอบการสปา จำนวน 30 แห่ง พบว่า ผู้ประกอบการร้อยละ 60 ประกอบกิจการมาประมาณ 1-3 ปี ส่วนใหญ่กู้เงินจากสถาบันการเงินต่างๆ ผลการศึกษาได้ข้อสรุปว่าในส่วนของต้นทุนคงที่ทั้งหมด จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,106,284 บาท ต้นทุนผันแปรทั้งหมด จะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 184,589 บาท และต้นทุนค่าเสียโอกาสเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 55,000 บาท รวมต้นทุนเฉลี่ยของการประกอบกิจการสปาประมาณ 2.2 ล้านบาท

ในส่วนความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกับความพอใจที่ได้รับในด้านต่างๆ จำแนกตาม เพศ อายุ และ อาชีพ ได้ข้อสรุป คือ เพศหญิงอายุ 20-35 ปี ประกอบอาชีพอิสระ จะพอใจเมื่อได้รับความพอใจจากบริการ สปาโดยทั่วไป ได้ประโยชน์ในการดูแลสุขภาพ และพอใจที่จะให้สถานประกอบการมีการจัดรายการพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย ส่วนผู้ที่มีอายุในช่วง 36-55 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พอใจที่ได้รับความพอใจจากบริการสปาโดยทั่วไป และบริการจากสปาที่ส่งผลดีต่อสุขภาพมากที่สุด ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในวัยเกษียณพอใจที่ได้รับประโยชน์จากบริการสปาในทุกๆ ด้าน เพศชาย อายุ 20-35 ปี ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ พอใจเมื่อได้รับความพอใจจากบริการสปาโดยทั่วไป ได้ประโยชน์ในด้านต่างๆ รวมทั้งได้ดูแลสุขภาพ ส่วนผู้ที่มีอายุ 36-55 ปี เป็นเจ้าของกิจการส่วนตัวพอใจเกี่ยวกับบริการ สปาโดยทั่วไป และได้ดูแลสุขภาพ ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในวัยเกษียณ พอใจจากบริการสปาในทุกๆ ด้าน เช่นเดียวกับเพศหญิง

Following an economic crisis in 1997, service business enterprises have been given high priority, by the government, as a mean to building up the country's competitive capability and in order to increase foreign exchange earnings. These enterprises included hotels, restaurants, tourism, health and beauty cares. Currently, with an increasing awareness on health cares, the health and beauty cares services have gained more public attention and popularity, among at which is the SPA and beauty care service.

The objectives of the study are : To identify factors influencing consume demand for Spa service, and to identify and analyze the economic costs of Spa business.

The data employed in the analysis are based on the SPA consumer survey of 350 sample size carried out during July 2005. The analytical methodology include a statistical estimate of the SPA business investment costs and the Multiple Classification Analysis (MCA) of factors influencing the consumers expenditures on SPA services. The estimate of investment costs will identify fixed, variable and average total costs in rendering SPA services to consumers.

The variables included in the MCA are consumer's income, age, sex and occupation, all of which are to be used to identify their correlation with the consumer's satisfaction indices on SPA services such as its attribution to health cares and sale promotion efforts. The findings of the study are summarized as follows:

The majority of SPA consumers services were female of 20-35 years of age, having education above Bachelor degree's level. The factors influencing the consumer's expenditure on Spa services were the service price and attributed effects of SPA. The investment costs of a SPA business were averaged at 2.2 million baht, of which 2.1 million baht were fixed costs, and 0.1 million baht were operation costs.

The consumer' satisfactions on SPA services, classified by ages, sex and occupations place high impression on their health attribute relative to other attributes. In particular, consumers at retired ages gave highest satisfaction on health cares of the SPA business.