

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

อัญชลี ภูทธิธวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

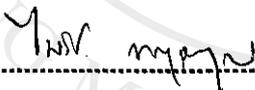
พฤษภาคม 2547

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

อัญชลี ภูอิทธิวงศ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

อ. ดร. ไพรัช กาญจนการุณ

.....กรรมการ

อ. ดร. นิสิต พันธมิตร

.....กรรมการ

ผศ. ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © Chiang Mai University
All rights reserved

20 พฤษภาคม 2547

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และการอนุเคราะห์อย่างสูงจากคณาจารย์และผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ไพรัช กาญจนการุณ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจทานแก้ไข จนกระทั่งการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ และอาจารย์ ดร.นิสิต พันธมิตร กรรมการที่ปรึกษา ที่กรุณารับเป็นกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าแบบอิสระนี้ และกรุณาให้คำแนะนำเป็นอย่างดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ ที่กรุณาให้แนวคิดในการเลือกหัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ชัยวัฒน์ และอาจารย์กัญสุดา นิมอนุสรณ์กุล ที่กรุณาให้ความรู้ให้คำปรึกษา และคำแนะนำต่าง ๆ ที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการค้นคว้าแบบอิสระนี้

ขอขอบพระคุณบรรณารักษ์ ห้องสมุด คณะเศรษฐศาสตร์ และเจ้าหน้าที่ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุก ๆ ท่านที่ช่วยให้คำแนะนำ ตรวจแก้ไขและช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ด้วยดีมาตลอด

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงยิ่งต่อ คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยสนับสนุน ให้กำลังใจ และให้โอกาสทางการศึกษา ตลอดจนกำลังทรัพย์เป็นอย่างดียิ่งเสมอมา รวมถึงทุก ๆ คนในครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจให้โดยตลอด และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ Maurice Michael Broughton อาจารย์พิเศษ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่กรุณาตรวจและแก้ไขวิทยานิพนธ์ภาษาอังกฤษให้โดยตลอด

ท้ายที่สุดนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขออภัยไว้เพื่อเป็นวิทยาทานต่อไป และผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงจะมีประโยชน์สำหรับผู้สนใจจะศึกษาต่อไป

อัญชลี ภูอิทธิวงศ์

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวอัญชลี ภูอิทธิวงศ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ. ดร.ไพรัช กาญจนการุณ	ประธานกรรมการ
อ. ดร.นิสิต พันธมิตร	กรรมการ
ผศ. ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เปิดบริการในลักษณะของโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 131 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกิดขึ้นได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยเทคนิคการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และวิธี Marginal Effects

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการบริการ โดยพบว่าปัจจัยผู้ให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกและมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5 ($\alpha = 0.05$) และปัจจัยทางด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกและมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10

($\alpha = 0.10$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้ง ด้านค่าบริการ ด้านผู้ให้บริการ และด้านการบริการ จะมีผลในเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า ในปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.37-27.18 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในชื่อเสียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) และโอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 39.5-55.81 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) ในปัจจัยด้านค่าบริการ พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 21.13-36.8 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านระดับราคาเพิ่มขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) และโอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 19.69-30.14 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$) ในปัจจัยด้านผู้ให้บริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 39.54-54.86 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 5 ($\alpha = 0.05$) และในส่วนของปัจจัยด้านการบริการโอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.52-38.5 ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในรูปแบบของการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10 ($\alpha = 0.10$)

Independent Study Title Factors Affecting Foreign Tourists' Satisfaction in Using Spa-services in Chiang Mai Province

Author Ms.Anchalee Pooittiwong

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Lect. Dr. Pairat Kanjanakaroon Chairperson

Lect. Dr. Nisit Panthamit Member

Asst. Prof. Thanee Sriwichailamphan Member

ABSTRACT

The purpose of this independent study is to examine factors affecting foreign tourists' satisfaction in using spa-services in Chiang Mai Province, particularly hotel and resort spas. For the primary data, 131 observations are collected by questionnaire using a purposive sampling technique. The analysis in this study uses descriptive statistics, and the Logit model with Maximum Likelihood Estimates (MLE) and Marginal Effects method.

The empirical results indicate that the main factors affecting foreign tourists' satisfaction in using spa-services in Chiang Mai Province are location, service fee and service, which have positive coefficients and significance at the 10% level ($\alpha = 0.10$). Also, staff service has a positive coefficient and significance at the 5% level ($\alpha = 0.05$). This implies that the changes of satisfaction in location, service fee, service and staff service have a positive effect on foreign tourists' satisfaction in using spa-services in Chiang Mai Province.

Regarding the Marginal Effects, the location factor is found that if foreign tourists have higher satisfaction with reputation, their satisfaction in using spa-service could increase by 23.37 - 27.18%, statistically significant at the 10% level and, if foreign tourists have higher satisfaction with atmosphere, their satisfaction in using spa-service could increase by 39.5 - 55.81%, statistically significant at the 10% level. Also, the service fee factor is indicated that, if foreign tourists have higher satisfaction with price, their satisfaction in using spa-service could increase by 21.13 - 36.8%, statistically significant at the 10% level and, if foreign tourists have higher satisfaction with the promotion, their satisfaction in using spa-service could increase by 19.69 - 3.14%, statistically significant at the 10% level. For the staff service factor, if foreign tourists have higher satisfaction in staff service, their satisfaction in using spa-service could increase by 39.54 - 54.86%, statistically significant at the 5% level. Finally, for the service factor, if foreign tourists have higher satisfaction in types of service, their satisfaction in using spa-service could increase by 23.52 - 38.5%, statistically significant at the 10% level.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฆ
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	9
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)	10
2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)	13
2.1.3 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)	16
2.1.4 แนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ	19
2.1.5 อุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว	21
2.1.6 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค	22
2.1.7 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับชั้นของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs)	23
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	31
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	31
3.3 เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการศึกษา	32

3.4	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	32
3.5	การสร้างแบบจำลอง	33
3.6	สมมติฐานในการศึกษา	36
บทที่ 4 ผลการศึกษา		
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	37
4.1.1	เพศ	38
4.1.2	อายุ	38
4.1.3	สถานภาพ	39
4.1.4	อาชีพ	39
4.1.5	ภูมิลำเนา	40
4.1.6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41
4.1.7	ระดับการศึกษา	42
4.2	พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	42
4.2.1	ลักษณะการใช้บริการสปา	42
4.2.2	ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	43
4.2.3	สาเหตุของการใช้บริการสปา	44
4.2.4	การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	44
4.3	ผลการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)	45
4.3.1	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	45
4.3.2	สมมติฐานในการศึกษา	47
4.3.3	ผลการศึกษา	48
4.3.4	สรุปผลการศึกษา	64

ญ

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1	บทสรุป	65
5.2	ข้อเสนอแนะ	67
5.3	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	68

เอกสารอ้างอิง

69

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก	ร่างประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมส่วย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมส่วยตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509	73
ภาคผนวก ข	รายชื่อสถานประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่	99
ภาคผนวก ค	International Tourist Arrivals to Thailand by Country of Residence and Nationality January – December 2003	103
ภาคผนวก ง	แบบสอบถาม	108
ภาคผนวก จ	สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรอิสระ	110

ประวัติผู้เขียน

111

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในช่วงปี 2538-2547 (Target of Tourism in Thailand 1995-2004)	2
1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามถิ่นที่อยู่ (International Tourist Arrivals to Thailand by Country of Residence)	3
1.3 ธุรกิจสปาในประเทศต่าง ๆ ระหว่าง มิถุนายน 2544 – กรกฎาคม 2545	6
4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	38
4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	38
4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	39
4.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	40
4.5 ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	41
4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ดอลลาร์สหรัฐ) ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	41
4.7 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	42
4.8 ลักษณะการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่	43
4.9 ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	43

4.10	สาเหตุของการใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	44
4.11	การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่	45
4.12	คำอธิบายและวิธีการวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)	46
4.13	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 1- สมการที่ 7	49
4.14	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการ Marginal Effects สมการที่ 1- สมการที่ 7	50
4.15	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 8 - สมการที่ 14	52
4.16	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการ Marginal Effects สมการที่ 8 - สมการที่ 14	53
4.17	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 15 - สมการที่ 21	57
4.18	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการ Marginal Effects สมการที่ 15 - สมการที่ 21	58
4.19	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 22 - สมการที่ 28	62
4.20	ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการ Marginal Effects สมการที่ 22 - สมการที่ 28	63

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดต่าง ๆ	7
2.1	ระดับของเส้น IC โดยที่ IC_2 สูงกว่า IC_1	15
2.2	เส้นงบประมาณในการซื้อสินค้า X และ Y	15
2.3	แสดงดุลยภาพในการบริโภค	16
2.4	แบบจำลองแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)	17
2.5	ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow	24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในระบบเศรษฐกิจ เพราะว่า การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรม และที่สำคัญการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นตามมา สำหรับประเทศไทย สภาการค้าและการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Travel and Tourism Council: WTTC) ได้คาดการณ์ว่าในช่วงปี 2543-2553 ประเทศไทยจะสามารถขยายจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นได้ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 7.5 ต่อปี และจะก่อให้เกิดการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี (จรรยา เปรมศิลป์, 2542: ออนไลน์) และในปี 2547 สภาการค้าและการท่องเที่ยวแห่งโลกได้คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวได้จำนวน 1,115.2 พันล้านบาท (29.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยการท่องเที่ยวในปี 2547 จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจประเทศไทยดังนี้ การจ้างงานภายในประเทศ 3,050,700 อัตรา หรือคิดเป็นร้อยละ 8.9 ของอัตราการจ้างงานทั้งหมด ก่อให้เกิดการลงทุนภายในประเทศซึ่งมีมูลค่าประมาณ 154.4 พันล้านบาท (4.10 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.0 ของการลงทุนทั้งหมดในปี 2547 นอกจากนี้การส่งออกบริการการท่องเที่ยวยังมีมูลค่าถึง 511.7 พันล้านบาท (13.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) หรือคิดเป็นร้อยละ 12.3 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ซึ่งมูลค่าการส่งออกบริการการท่องเที่ยวนี้จะสามารถขยายตัวได้ถึง 1,178.3 พันล้านบาท (31.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) หรือร้อยละ 11.1 ในปี 2557 ในส่วนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้นจะมีมูลค่าถึง 66.6 พันล้านบาท (1.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในปี 2547 และจะขยายตัวได้ถึง 154.1 พันล้านบาท (4.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในปี 2557 สำหรับการท่องเที่ยวในปี 2547 คาดว่าจะมีส่วนถึงร้อยละ 5.4 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product : GDP) หรือคิดเป็นมูลค่า 360.1 พันล้านบาท (9.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) (World Travel and Tourism Council, 2547: ออนไลน์)

ตาราง 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในช่วงปี 2538-2547 (Target of Tourism in Thailand 1995-2004)

ปี	นักท่องเที่ยว		ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย		รายได้	
	จำนวน (ล้านคน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	/คน/วัน (บาท)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	ล้านบาท	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2538	6.95	12.73	3,693	9.48	190,765	31.37
2539	7.19	3.46	3,706	0.34	219,364	14.99
2540	7.22	0.41	3,672	- 0.92	220,754	0.63
2541	7.76	7.53	3,713	1.12	242,177	9.70
2542	8.58	10.50	3,705	- 0.23	253,018	4.48
2543	9.51	10.82	3,861	4.23	285,272	12.75
2544	10.06	5.82	3,748	- 2.93	299,047	4.83
2545	10.80	7.33	3,754	0.16	323,484	8.17
2546	9.70	-10.15	3,750	- 0.10	289,600	-10.47
2547*	12.00	23.67	4,000	6.67	383,900	32.56

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: ออนไลน์)

*หมายเหตุ : ในปี 2547 เป็นการคาดการณ์

จากตาราง 1.1 จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปี 2538-2545 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น จนกระทั่งในปี 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงถึงร้อยละ 10.15 แต่ก็คาดการณ์ว่า ในปี 2547 จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.67 ผลจากการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยน้อยลงในปี 2546 ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดลง กล่าวคือ ในปี 2546 ประเทศไทยมีรายได้จำนวนทั้งสิ้น 289,600 ล้านบาท ซึ่งลดลงร้อยละ 10.47 เมื่อเทียบกับปี 2545 ที่มีรายได้จำนวน 323,484 ล้านบาท ซึ่งสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง ก็คือ การแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน (Severe Acute Respiratory Syndrome: SARS) สถานการณ์สงครามระหว่างสหรัฐและอิรัก และความวิตกกังวลต่อกภัยก่อการร้าย อย่างไรก็ตามได้ตั้งเป้าหมายว่าในปี 2547 ประเทศไทยจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 383,900 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.56 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546: ออนไลน์)

ตาราง 1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามถิ่นที่อยู่ (International Tourist Arrivals to Thailand by Country of Residence)

	2546		2545		การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	
เอเชียตะวันออก	6,199,719	61.49	6,564,664	60.38	- 5.56
ยุโรป	2,283,913	22.65	2,475,319	22.77	- 7.73
อเมริกา	586,147	5.81	650,195	5.98	- 9.85
เอเชียใต้	391,064	3.88	391,371	3.60	- 0.08
โอเชียเนีย	347,849	3.45	427,014	3.93	- 18.54
ตะวันออกกลาง	206,234	2.05	274,878	2.53	- 24.97
แอฟริกา	67,183	0.67	89,535	0.82	- 24.96
รวม	10,082,109	100.00	10,872,976	100.00	- 7.27

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547: ออนไลน์)

จากตาราง 1.2 เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจำแนกตามถิ่นที่อยู่ จะพบว่า ในปี 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 10,082,109 คน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยลดลงร้อยละ 7.27 หรือลดลงจำนวน 790,867 คน เมื่อเทียบกับปี 2545 โดยที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกลดลงร้อยละ 5.56 (หรือ 364,945 คน) จากยุโรปลดลงร้อยละ 7.73 (หรือ 191,406 คน) จากอเมริกาลดลงร้อยละ 9.85 (หรือ 64,048 คน) จากเอเชียใต้ลดลงร้อยละ 0.08 (หรือ 307 คน) จากโอเชียเนียลดลงร้อยละ 18.54 (หรือ 79,165 คน) จากตะวันออกกลางลดลงร้อยละ 24.97 (หรือ 68,644 คน) และจากแอฟริกาลดลงร้อยละ 24.96 (หรือ 22,352 คน) สาเหตุที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดลงเป็นเพราะว่า การแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน (Severe Acute Respiratory Syndrome: SARS) และสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรัก ในช่วงต้นปี 2546 ประกอบกับการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนกในฮ่องกง เวียดนาม และประเทศไทย ในช่วงปลายปี 2546 ซึ่งทำให้มีผู้ป่วยและเสียชีวิตจากโรคนี้ สาเหตุของโรคไข้หวัดนก คือ เชื้อ H5N1 ซึ่งถือว่าเป็นตัวที่มีความรุนแรงมากที่สุด เป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความวิตกกังวลที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีจำนวนลดลง แต่ถ้าพิจารณาถึงตัวเลขของจำนวนนักท่องเที่ยวแล้วก็ยังถือว่ายังคงมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ที่ประกอบธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงจำเป็นที่จะต้องหารูปแบบการบริการรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากให้ความสนใจกัน ทำให้ธุรกิจสปาตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ธุรกิจสปาในประเทศไทยจะขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาและใช้บริการสปา มีประมาณ 2.6 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของผู้มาใช้บริการสปาทั้งหมด (สปา...ธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา, 2546: ออนไลน์) ทำให้ในปัจจุบันนี้ธุรกิจการบริการสปากลายเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูง และสามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก

เมื่อกล่าวถึงที่มาของสปานั้น เริ่มตั้งแต่ในช่วงศตวรรษที่ 17 โดยสปาเป็นชื่อเมืองเล็ก ๆ เมืองหนึ่งในประเทศเบลเยียม ซึ่งเมืองสปาเป็นแหล่งธรรมชาติ มีบ่อน้ำร้อนที่คนส่วนใหญ่นิยมไปพักผ่อนกัน ในช่วงศตวรรษที่ 18-19 สปาได้กลายเป็นที่นิยมในแถบยุโรป และต่อมาได้แพร่หลายเข้าไปยังเมืองที่มีทัศนียภาพสวยงาม ซึ่งเหมาะสมกับการพักผ่อนฟื้นฟูสุขภาพ ทำให้สปากลายเป็นที่นิยมไปทั่วโลกในฐานะที่เป็นการทำให้มีสุขภาพดีด้วยน้ำ หรือเรียกว่า "วารีนบำบัด" จนกระทั่งศตวรรษที่ 20 รูปแบบของสปาได้มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น กลายเป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพองค์รวม ที่ให้ความสำคัญกับความสมดุลของร่างกายและจิตใจจากวิถีทางธรรมชาติ (เรียบงายสไตล์ Thai Spa, 2546: ออนไลน์) เมื่อนำการบำบัดด้วยหลักทางธรรมชาติเข้ามาผสมผสาน ทำให้ในปัจจุบันนี้ธุรกิจสปากลายเป็นที่ต้องการของตลาดโลก ซึ่งรวมถึงประเทศไทย ที่สปากำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน

สปา คือการบำบัดร่างกายและจิตใจด้วยวิธีธรรมชาติ โดยมีน้ำหรือน้ำมันเป็นองค์ประกอบในการช่วยทำให้ร่างกายพ้นจากความตึงเครียดและความอ่อนล้า นอกจากนี้ สปาอาจหมายถึงการทำมาสะอาตผิวพรรณ และการเสริมอาหารบำรุงผิวพรรณ โดยใช้วิธีการที่แตกต่างกัน เช่น การนวด การบำบัดด้วยน้ำหรือการใช้กระแสไฟฟ้า นอกจากสปาจะเป็นการบำบัดสุขภาพด้วยน้ำ ยังเกี่ยวข้องกับบริการด้านโภชนาการ การออกกำลังกาย และความสวยความงาม ซึ่งการบริการในแต่ละรูปแบบนี้ต่างก็จัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไป แม้ว่าสปาจะมีการพัฒนารูปแบบของการบริการแตกต่างกันอย่างไร แต่สิ่งที่

สำคัญของการบริการสปา ก็คือ การอาบน้ำชำระร่างกาย การให้ความร้อนแก่ร่างกาย การขัด ถู นวด และการผ่อนคลาย แต่อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของการใช้บริการสปา ก็คือ (ดวงจันทร์ ผาดศรี, 2546: ออนไลน์)

1. Time to Relax ลดความตึงเครียด
 2. Time to Reflect สามารถจินตนาการย้อนกลับไปถึงสิ่งแวดล้อมที่มีความสุข บรรยากาศน่าทรงจำหรือตกอยู่ในความเงียบสงบ
 3. Time to Revitalise เต็มพลังชีวิตจากธรรมชาติกลับไปสู่วิถีชีวิตที่ไม่ยุ่งชาน ยอมรับความจริงที่เกิดขึ้น เข้าสู่หลักพุทธศาสนาที่ว่า "จิตเป็นนาย กายเป็นบ่าว"
 4. Time to Rejoice ได้รับความสดชื่นเบิกบานจาก
 - รูป สถานที่ที่สร้างบรรยากาศให้รื่นรมย์ สงบ และรู้สึกผ่อนคลาย
 - รส จากเครื่องดื่มหรืออาหารที่ช่วยขับสารพิษตกค้างและเสริมสร้างสุขภาพ
 - กลิ่น จากการบำบัดด้วยพฤกษศาสตร์ธรรมชาติ หรือสมุนไพร
 - เสียง เพลงบรรเลงช่วยในการผ่อนคลาย
 - สัมผัส เป็นการนวดเพื่อผ่อนคลาย อาจนำมาผสมผสานกับการนวดแผนโบราณ
- ของแต่ละท้องถิ่น

เมื่อสปาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายก็มีองค์กรหนึ่งเกิดขึ้น คือ The International Spa Association (ISPA) ก่อตั้งขึ้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้ที่ทำงานด้านสปา ผู้ที่เป็นสมาชิกต้องปฏิบัติตามมาตรฐานขององค์กร ซึ่ง ISPA ได้จำแนกประเภทธุรกิจสปาตามหลักขององค์กรสปาระหว่างประเทศ (ISPA-Europe) โดยสามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. Hotel and Resort Spa เป็นสถานบริการสปาที่อยู่ในโรงแรมหรือรีสอร์ท เพื่อรองรับผู้ที่พักแรมที่ต้องการใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายนอกเหนือจากการใช้บริการห้องพัก
2. Destination Spa เป็นสปาที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการดูแลสุขภาพด้วยการบริการสปาอย่างครบวงจร ผู้ใช้บริการจะต้องเข้ามาพักและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ โดยผู้ให้บริการสามารถเลือกกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดเตรียมไว้ให้ เช่น การพักผ่อนคลายเครียด การทำสมาธิ เป็นต้น
3. Medical Spa เป็นสปาที่มีการบำบัดรักษาควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์และเครื่องมือแพทย์บางอย่าง ภายใต้การดูแลของบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งสปาในประเภทนี้มักจะเปิดบริการตามสถานพยาบาล

4. Day Spa or City Spa เป็นสปาที่ใช้เวลาในการให้บริการเสร็จระหว่างวัน อาจใช้เวลา 30 นาที หรือ 1 ชั่วโมง จึงไม่จำเป็นต้องมีห้องพักไว้บริการ ดังนั้นสปาประเภทนี้มักจะเปิดบริการตามเมืองใหญ่ ๆ หรือย่านธุรกิจที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย และให้บริการได้อย่างสะดวก

5. Mineral Spring Spa เป็นสปาที่ให้บริการสปาตามแหล่งท่องเที่ยว ประเภทน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

6. Club Spa เป็นสปาที่มีการผสมผสานกับการออกกำลังกาย เป็นสปาที่มีไว้เพื่อให้บริการสมาชิกโดยเฉพาะ

7. Cruise Ship Spa เป็นสปาที่ให้บริการบนเรือสำราญ ผสมผสานกับการออกกำลังกาย และการจัดเตรียมอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพร่างกายให้กับผู้ให้บริการระหว่างการเดินทาง

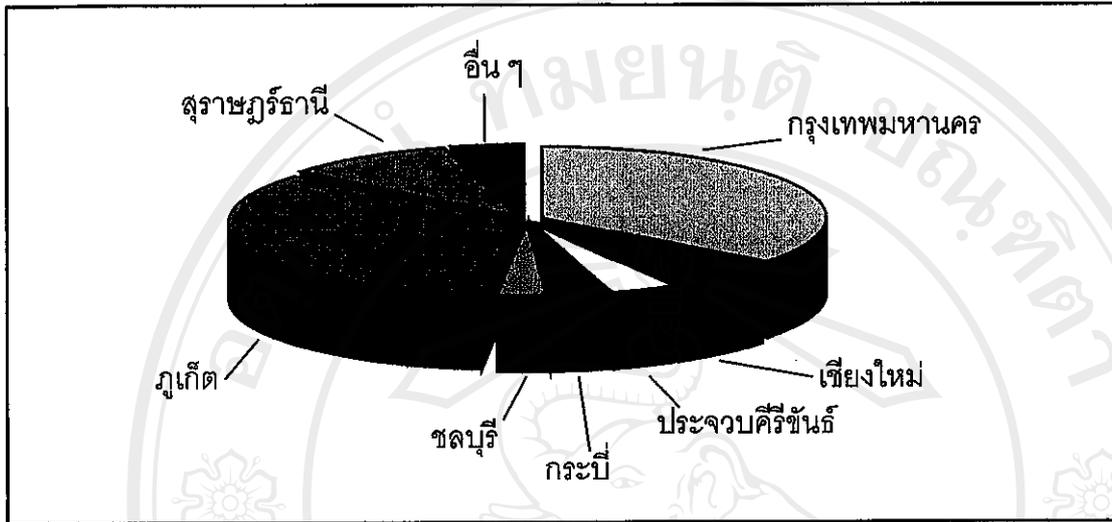
ตาราง 1.3 ธุรกิจสปาในประเทศต่าง ๆ ระหว่างมิถุนายน 2544-กรกฎาคม 2545

	รายได้ต่อปี	จำนวนสถานบริการ	จำนวนห้องบริการสปา /สถานที่	ผู้ให้บริการ
ไทย	US\$8 ล้าน	230	8	3.3 ล้านคน
สิงคโปร์	S\$35 ล้าน	40	9	4 แสนคน
ออสเตรเลีย	A\$15 ล้าน	-	7	2 ล้านคน
สหรัฐอเมริกา	US\$5 พันล้าน	5,689	-	95 ล้านคน

ที่มา: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). ฝ่ายวิจัย (2546: ออนไลน์)

จากรายงานขององค์กรสปาระหว่างประเทศ (ISPA) พบว่า ในสหรัฐอเมริกาผู้ที่มาใช้บริการสปาส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยกลางคนและเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันสูงถึงร้อยละ 51.2 ของจำนวนประชากรที่มาใช้บริการทั้งหมด ทำให้ธุรกิจสปา มีการขยายตัวเป็นอย่างมากในสหรัฐอเมริกา และจากรายงานยังพบว่า ธุรกิจสปาในสหรัฐอเมริกามีรูปแบบของ Day Spa มากกว่า 4,000 แห่ง และครองส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 77 ของตลาดสปาที่มีอยู่ทั้งหมด 5,689 แห่ง รองลงมาเป็น Hotel and Resort Spa มีสัดส่วนร้อยละ 8 ซึ่งธุรกิจสปาของสหรัฐอเมริกาสามารถก่อให้เกิดรายได้เป็นจำนวนมากถึง 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ถือว่าเป็นอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 129 จากในช่วงปี 2540-2543 นอกจากนี้ธุรกิจสปาในสหรัฐอเมริกายังก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 104,000 คน นอกจากนี้แล้วยังมีรายงานจาก Intelligent Spas Pte Ltd ของประเทศสิงคโปร์ ที่ได้สำรวจธุรกิจสปาในประเทศไทย ประเทศสิงคโปร์ และออสเตรเลีย พบว่า การ

ดำเนินธุรกิจสปาในทั้ง 3 ประเทศยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและมีอัตราการเติบโตที่ชัดเจนในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา (สปา...ธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา, 2546 : ออนไลน์)



รูปที่ 1.1 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดต่าง ๆ

ที่มา: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). ฝ่ายวิจัย (2546: ออนไลน์)

(Spotlight)

สำหรับประเทศไทย สปาจะถูกจัดรวมอยู่ในโรงแรมและรีสอร์ท หรือศูนย์บริการความงามตามเมืองที่เป็นแหล่งที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร พัทยา หัวหิน เชียงใหม่ ภูเก็ต และ เกาะสมุย เป็นต้น ซึ่งธุรกิจสปาในประเทศไทยขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวจากตลาดต่างประเทศเป็นหลัก

ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีสปาประมาณ 200-300 แห่ง โดยประเทศไทยได้สร้างชื่อเสียงเป็นสปาแคปิตอลของเอเชีย เนื่องมาจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสถานบริการสปามากที่สุดและได้รับความนิยมที่สุดในเอเชีย (นภลัย อารีสรณ์, 2546: ออนไลน์) ประเภทของสปาที่พบมากที่สุดในประเทศไทย คือ โรงแรมและรีสอร์ท สปา (Hotel and Resort Spa) มีจำนวน 85 แห่ง หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด และ Day Spa มีประมาณ 51 แห่ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาสปาขยายตัวถึงร้อยละ 460 โดยมีผู้ใช้บริการประมาณ 80,000 คน สามารถสร้างรายได้ถึง 800 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี 2548 จะมีผู้ใช้บริการสปา 240,000 คน และสร้างรายได้ประมาณ 1,200 ล้านบาท (รัฐเตรียมจัดระเบียบธุรกิจ "สปา" ดึงนักท่องเที่ยว, 2546: ออนไลน์)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา เช่น ตลาดทัวร์สุขภาพ และได้ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประกาศให้สปาเป็น แหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดยบรรจุไว้เป็นกิจกรรมหนึ่งของโครงการ อันซีนไทยแลนด์ (Unseen Thailand) ภายใต้ชื่อ อันซีนสปา (Unseen Spa) (ดวงจันทร์ ผาดศรี, 2546: ออนไลน์) และรัฐบาลได้เตรียมเปิดแผนยุทธศาสตร์ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง ของทัวร์สุขภาพของเอเชียขึ้น โดยมีการผลักดันให้สปาดึงเงินจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้พื้นที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดนาร่องของแผน และมีการตั้งเป้าว่าในปี 2548 ประเทศไทยจะมีรายได้จากการบริการด้านสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะธุรกิจสปาไม่ต่ำกว่า 80,000 ล้านบาท ("สปา" บี้มเงิน 8 หมื่นล. ปี 48 ดัน 3 จุดขายบูม ทัวร์สุขภาพเข้าไทย, 2546: ออนไลน์) นอกจากรัฐบาลจะให้ความสำคัญกับสปาในฐานะที่จะเป็น รูปแบบของการบริการที่จะสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศแล้ว หน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐบาล ยังให้การสนับสนุนและขานรับนโยบายภาครัฐบาลที่ให้การสนับสนุนสปาในด้านอื่น ๆ อีก เช่น กระทรวงสาธารณสุขให้การส่งเสริมงานค้นคว้าวิจัยและเผยแพร่ความรู้สมุนไพรไทยให้กว้างขวาง มากยิ่งขึ้น ทำให้สมุนไพรไทยกลับมามีบทบาทสำคัญอีกครั้ง นอกจากกระทรวงสาธารณสุขแล้ว กรมส่งเสริมการค้าส่งออกก็กำลังอยู่ระหว่างการศึกษานโยบายพัฒนามาตรฐานสปาไทยเพื่อขยาย ธุรกิจสปาไปต่างประเทศ นอกจากนี้แล้ว สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็น หน่วยงานที่กำหนดแนวทางที่จะให้สิทธิพิเศษทั้งการนำเข้าวัตถุดิบและภาษีเงินได้ เพื่อดึงดูดให้ ชาวต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจสปาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าการที่รัฐบาลได้เปิดแผนยุทธศาสตร์ผลักดันให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางทัวร์สุขภาพของเอเชีย โดยมีจังหวัดเชียงใหม่ เป็นหนึ่งในสามของจังหวัดนาร่อง ทำให้ จังหวัดเชียงใหม่มีสถานบริการสปาเปิดบริการเพิ่มขึ้นจำนวนมาก เพื่อที่รองรับกับความต้องการที่ เพิ่มมากขึ้นในอนาคต และจังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ให้ความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้ บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐบาลและ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่

1. ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 131 ตัวอย่าง
2. รูปแบบของบริการสปาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา คือ โรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในจังหวัดเชียงใหม่

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในการที่จะพัฒนารูปแบบการบริการของธุรกิจสปาให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจจะลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจสปา ประกอบการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบการลงทุนทางด้านธุรกิจสปาให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้
4. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา ใช้ประกอบการตัดสินใจวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการสปาที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากที่สุด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่" ในส่วนนี้เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งได้แยกทำการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนของแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา และส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)

อุปสงค์ หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่มีผู้ต้องการซื้อ และมีความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อได้ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าและบริการชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ในตลาดแห่งใดแห่งหนึ่ง

อุปสงค์หรือปริมาณการซื้อในทางเศรษฐศาสตร์ (Parkin, 1999) หมายถึง อุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ (Effective Demand) คือ เป็นอุปสงค์ที่มีการซื้อขายเกิดขึ้นแล้วจริง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคมีความปรารถนา (Desire) ที่จะบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดแล้วผู้บริโภคจะต้องมีความสามารถและเต็มใจที่จะซื้อหา (Ability and Willingness to Pay) สินค้าและบริการนั้นมาสนองความต้องการของตนให้ได้

อุปสงค์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้คือ

1. อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) หมายถึง ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าและบริการชนิดนั้น ๆ

$$Q_x = F(P_x)$$

โดยที่ Q_x คือ ปริมาณการเสนอซื้อสินค้า X
 P_x คือ ระดับราคาสินค้า X

ถ้าระดับราคาสินค้าและบริการชนิดใด (P_x) เปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะทำให้ปริมาณ การเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้น (Q_x) เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

2. อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) หมายถึง ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ ของผู้บริโภค

$$Q_x = F(Y)$$

โดยที่ Q_x คือ ปริมาณการเสนอซื้อสินค้า X
 Y คือ ระดับรายได้ของผู้บริโภค

ถ้ารายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นแล้วมีผลทำให้ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดเพิ่มขึ้น เรียกสินค้าและบริการชนิดนั้นว่า สินค้าปกติ (Normal Goods) แต่ถ้ารายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นแล้ว แต่มีการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดน้อยลงกว่าเดิม เรียกสินค้าและบริการชนิดนั้นว่า สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods)

3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าและบริการชนิดอื่น (Cross Demand) หมายถึง ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดอื่น

$$Q_x = F(P_y)$$

โดยที่ Q_x คือ ปริมาณการเสนอซื้อสินค้า X
 P_y คือ ระดับราคาของสินค้าหรือบริการชนิดอื่น

สินค้าหรือบริการชนิดอื่นมีความหมาย 2 ประการ คือ สินค้าและบริการที่นำมาใช้ทดแทนกัน (Substitution) และที่นำมาใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน (Complementary)

โดยทั่วไปแล้วถ้าระดับราคาสินค้าและบริการชนิดใดลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นเพิ่มมากขึ้น และถ้าระดับราคาสินค้าบริการชนิดใดสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการชนิดนั้นน้อยลงเสมอ ซึ่งถือเป็นกฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวว่า ณ ตลาดแห่งใดแห่งหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่ง ถ้ากำหนดให้สิ่งอื่น ๆ อยู่คงที่แล้ว ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งจะเปลี่ยนแปลงผกผันกับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้น ๆ เสมอ ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับราคาสินค้าและบริการเป็นผลเนื่องมาจาก

- ผลทางรายได้ (Income Effect) การที่ระดับราคาสินค้าและบริการชนิดหนึ่งลดลง ในขณะที่รายได้ที่เป็นตัวเงินของผู้บริโภคคงที่ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ามียาได้ที่แท้จริง (Real Income) เพิ่มมากขึ้น หรืออำนาจซื้อของรายได้ที่เป็นตัวเงินของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จึงทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการนั้นได้เพิ่มขึ้น

- ผลทางการทดแทน (Substitution Effect) การที่ระดับราคาสินค้าและบริการชนิดหนึ่งลดลง ในขณะที่ราคาสินค้าและบริการของสินค้าอีกชนิดคงที่ ทำให้มีการซื้อสินค้าและบริการชนิดแรกเพิ่มมากขึ้น เพื่อทดแทนสินค้าและบริการชนิดที่สองที่ซื้อน้อยลง

การที่อุปสงค์ต่อสินค้าและบริการชนิดใดเปลี่ยนแปลงไปนั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับระดับราคาของสินค้าและบริการแล้ว ยังมีตัวแปรอื่น ๆ อีก ที่มีผลทำให้อุปสงค์ในสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งตัวแปรที่ทำให้อุปสงค์ในสินค้าและบริการมีการเปลี่ยนแปลง มีดังนี้

1. รายได้ของผู้บริโภค ถ้ารายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามไปด้วย
2. รสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งรสนิยมของผู้บริโภคอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา
3. ระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดอื่น ถ้าราคาสินค้าและบริการชนิดอื่นเพิ่มขึ้นหรือลดลง จะทำให้การเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้แม้ว่าระดับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นจะคงเดิม เป็นผลเนื่องมาจากว่าสินค้าและบริการสามารถใช้เป็นสินค้าและบริการทดแทนหรือใช้เป็นสินค้าและบริการที่ประกอบกัน
4. จำนวนประชากร ถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะมีผลกระทบต่อปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง เพราะว่า ประชากรมีความต้องการสินค้าและบริการต่าง ๆ มาบำบัดความต้องการของตนอยู่เสมอ
5. การคาดคะเนเกี่ยวกับระดับราคาสินค้าและบริการในอนาคต เช่น ถ้าผู้บริโภคคาดว่าระดับราคาสินค้าและบริการจะสูงขึ้นในอนาคต จะทำให้มีการเสนอซื้อสินค้าและบริการนั้นในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น แต่ในทางกลับกัน ถ้าผู้บริโภคคาดว่าระดับราคาสินค้าและบริการจะลดลงในอนาคต จะทำให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อ รอจนกว่าราคาสินค้าและบริการนั้นจะลดลงถึงที่สุดก่อน
6. การคาดคะเนเกี่ยวกับระดับรายได้ในอนาคตของผู้บริโภค เช่น ถ้าคาดว่าระดับรายได้ในอนาคตจะสูงขึ้นในอนาคตแล้ว ผู้บริโภคจะเสนอซื้อสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงเวลาปัจจุบัน

7. ฤดูกาล มีผลกระทบต่อปริมาณการเสนอซื้อสินค้าและบริการบางชนิด เช่น ในฤดูหนาวปริมาณการซื้อเสื้อกันหนาวจะเพิ่มขึ้น
8. ระดับการศึกษาของผู้บริโภค กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะคำนึงถึงคุณค่าของสินค้าและบริการเป็นสำคัญ
9. การโฆษณาของผู้ขาย ผลของการโฆษณาจะทำให้ผู้บริโภครู้จักและติดใจในสินค้าและบริการได้
10. ความต้องการเก็บเงินของผู้บริโภค ถ้าดัชนีราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น แสดงว่าค่าเงินลดลง ผู้บริโภคอาจไม่อยากเก็บเงินไว้จึงรีบไปซื้อสินค้าและบริการก่อนที่ระดับราคาของสินค้าและบริการจะสูงขึ้นไปอีก
11. ลักษณะของการกระจายรายได้ในสังคม ถ้าในสังคมมีการกระจายรายได้ อย่างเท่าเทียมกันจะทำให้อำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของประชาชนในสังคมนั้นสูงขึ้น

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Parkin, 1999) ประกอบด้วย 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Marginal Utility Theory) และ ทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve Theory)

1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Marginal Utility Theory)

1.1 อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ประโยชน์ของสินค้าและบริการที่สามารถบำบัด หรือสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ หรืออาจหมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคนใดคนหนึ่งจะได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง กล่าวคือ การที่ผู้บริโภคที่มีเหตุผลแต่ละคนตัดสินใจใช้จ่ายรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัดของตนไปในการซื้อสินค้าและบริการใด หมายความว่า ผู้บริโภคคิดรอบคอบแล้วว่าสินค้าและบริการชนิดนั้นต้องให้ความพอใจแก่เขาและคุ้มค่าเงินที่เขาจ่ายออกไป

1.2 หน่วยสุดท้าย (Marginal Unit) คือ การวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงของสิ่งใด ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพิ่มขึ้นหรือลดลงทีละ 1 หน่วย

1.3 อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Marginal Utility: MU) คือ ความพอใจที่ผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในหน่วยสุดท้ายของแต่ละหน่วยที่เขานำมาบริโภค หรืออาจหมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิมอีก 1 หน่วย หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงของ

อรรถประโยชน์รวม อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง จากเดิมอีก 1 หน่วย

$$MU_n = TU_n - TU_{n-1}$$

หรือ

$$MU_n = \Delta TU_n / \Delta Q_n$$

1.4 อรรถประโยชน์รวมหรืออรรถประโยชน์ทั้งหมด (Total Utility: TU)

หมายถึง ความพอใจรวมทั้งหมดที่ผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในเวลาใดเวลาหนึ่ง

$$TU_n = MU_1 + MU_2 + \dots + MU_n$$

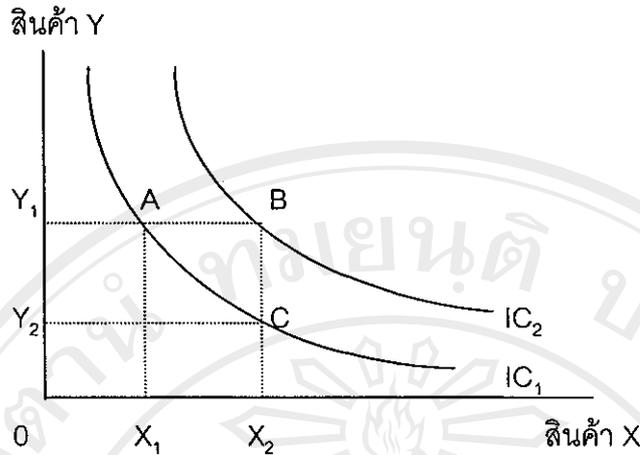
$$= \sum_{i=1}^n MU_i$$

หลักการสำคัญของทฤษฎีอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย คือ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่ง ย่อมเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Law of Diminishing Marginal Utility) ซึ่งกล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งได้บริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทีละหน่วยแล้ว ความพอใจที่ได้รับจากสินค้าและบริการหน่วยนั้น ๆ (อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย) จะลดน้อยถอยลงตามลำดับ นั่นก็หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคคนใดได้บริโภคสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทีละหน่วยแล้ว ในช่วงเวลาแรกอรรถประโยชน์รวมจะเพิ่มในอัตราที่สูง แต่ในช่วงเวลาต่อไปอัตราการเพิ่มของอรรถประโยชน์รวมจะลดลง จนอรรถประโยชน์รวมอยู่คงที่ ณ จุดสูงสุด และหลังจากนั้นจะลดลงตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายของสินค้าและบริการชนิดนั้นลดน้อยถอยลงตามลำดับ

2. ทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve Theory)

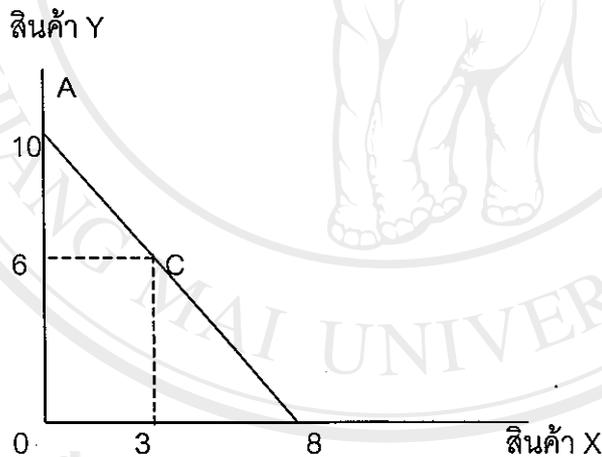
หลักการของทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากันเป็นไปตามกฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย สินค้าและบริการที่จะเลือกบริโภคมีเพียง 2 ชนิดเท่านั้น ดังนั้นการเลือกบริโภคสินค้าและบริการทั้ง 2 ชนิด ให้ได้รับความพอใจเท่ากันระดับในหนึ่ง หากบริโภคสินค้าและบริการชนิดหนึ่งเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทีละหน่วย ๆ แล้ว ความพอใจที่ได้รับจากสินค้าและบริการชนิดนั้น ซึ่งอยู่ในรูปของการเสียสละสินค้าและบริการอีกชนิดหนึ่ง หรืออัตราหน่วยสุดท้ายของการบริโภคทดแทนกันระหว่างสินค้าทั้ง 2 ชนิดนั้น จะลดน้อยถอยลงตามลำดับ (Diminishing Rate of Substitution)

คุณสมบัติประการที่สำคัญของเส้นความพอใจเท่ากัน ก็คือ เส้นความพอใจเท่ากันที่อยู่ในระดับที่สูงกว่า แสดงถึงระดับความพอใจที่มากกว่า



รูปที่ 2.1 ระดับของเส้น IC โดยที่ IC_2 สูงกว่า IC_1

เส้นงบประมาณ (Budget Line) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงปริมาณต่าง ๆ ของสินค้าและบริการสองชนิดที่สามารถซื้อได้ด้วยงบประมาณหรือรายได้ที่มีอยู่จำนวนหนึ่ง

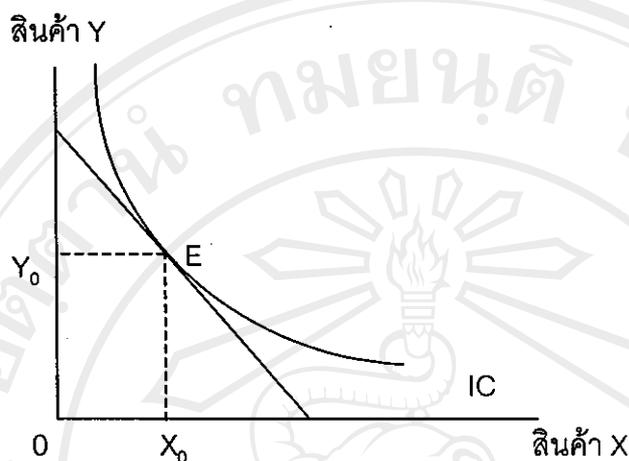


รูปที่ 2.2 เส้นงบประมาณในการซื้อสินค้า X และ Y

เนื่องจากเส้นงบประมาณแสดงถึงสินค้าและบริการที่สามารถซื้อได้ภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดของผู้บริโภค ดังนั้น ณ จุดใด ๆ ที่อยู่บนเส้นงบประมาณ ย่อมแสดงว่า ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้า X และสินค้า Y ในปริมาณต่าง ๆ กัน ด้วยรายได้ทั้งหมดที่มีอยู่

จากการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนั้นได้ตั้งข้อสมมุติประการหนึ่งว่า ผู้บริโภคทุกคนปรารถนาที่จะใช้จ่ายงบประมาณหรือรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัดไปในการเลือกซื้อสินค้าและบริการชนิดต่าง ๆ ที่จะได้รับความสะดวกสูงสุด ดังนั้น การหาดุลยภาพของผู้บริโภค

จึงทำได้โดยการนำกราฟของเส้นงบประมาณวางซ้อนบนกราฟเส้นความพอใจเท่ากัน จะทำให้เกิดจุดเพียงจุดเดียวเท่านั้นที่เส้นงบประมาณสัมผัสกับเส้นความพอใจเท่ากันพอดี



รูปที่ 2.3 แสดงดุลยภาพในการบริโภค

จากรูปสามารถอธิบายได้ว่า ณ จุด E คือ จุดดุลยภาพของผู้บริโภค กล่าวคือ ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้า X ได้จำนวน OX_0 หน่วย และซื้อสินค้า Y ได้จำนวน OY_0 หน่วย จากงบประมาณที่ผู้บริโภคมียกจำกัดอยู่จำนวนหนึ่งแล้วผู้บริโภคได้รับความพอใจที่สูงที่สุด

2.1.3 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)

Kotler (1990: 143 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะบริหารธุรกิจ. ม.ป.ป.:

43) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยอาศัย S-R Theory ในรูปของแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ที่เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้ เมื่อผู้บริโภครับรู้ต่อสิ่งกระตุ้นและเกิดความต้องการแล้ว จึงจะเกิดการซื้อหรือตอบสนอง (Response) ซึ่งสามารถแสดงได้ด้วยแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior) ดังต่อไปนี้



รูปที่ 2.4 แบบจำลองแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภค อาจเกิดจากแรงกระตุ้นภายในร่างกาย หรืออาจเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าและบริการที่ถูกนำเสนอแก่ผู้บริโภค

และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ เช่น ลักษณะของผลิตภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุ เส้นใยการรับคืนและการรับประกัน เป็นต้น

- ราคา (Price) หมายถึง ข้อเสนอในการแลกเปลี่ยนที่ให้กับผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภคยอมรับจะมีการซื้อขายเกิดขึ้น ได้แก่ ราคาสินค้าและบริการ ส่วนลด ส่วนยอมให้ และ เส้นใยการชำระเงิน เป็นต้น

- สถานที่ ช่องทางการจำหน่าย (Place or Distribution) สถานที่ตั้ง

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจ หรือเพื่อเตือนความทรงจำ โดยการส่งเสริมการตลาดสามารถทำได้โดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน และการประชาสัมพันธ์

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่สามารถควบคุมได้

- เศรษฐกิจ เช่น รายได้จะมีผลต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค
- เทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความทันสมัยและรวดเร็วทำให้เกิดความต้องการใช้โทรศัพท์มือถือกันมากขึ้น
- กฎหมายและการเมือง เช่น การลดหรือเพิ่มภาษีสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีผลต่อความต้องการในสินค้าชนิดนั้น
- วัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Consumer's Black Box) ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภคและจากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

2.1 ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer's Characteristic) ได้แก่

- ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) จะเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค
- ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่จะเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคและมีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค
- ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้บริโภค นั้นได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต และบุคลิกภาพ
- ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และความเชื่อและทัศนคติ

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Process)

- การรับรู้ปัญหา คือ การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา หรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ
- การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการก็จะมีแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
- การประเมินทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลข่าวสารมาแล้ว ก็จะนำมาประเมินทางเลือก เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของสินค้าและบริการ

- การตัดสินใจซื้อ เมื่อผ่านการประเมินทางเลือกต่าง ๆ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อ

- พฤติกรรมหลังการซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในตัวสินค้าและบริการนั้น ๆ

3. การตอบสนองของผู้บริโภค (Consumer's Responses) ผู้บริโภคจะตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Time) และการเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount) เป็นต้น

2.1.4 แนวความคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541: 342 อ้างถึงใน สินีนาถ ดันตราพล, 2546: 13) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สามารถสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า ซึ่งบริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อบริการนั้น ๆ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะต้องวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของบริการที่จะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อบริการ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

1. สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค
2. บุคคล (People) พนักงานให้บริการต้องแต่งกายเหมาะสม บุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้ม พูดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเชื่อมั่นว่าบริการที่จะซื้อดีด้วย
3. เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ และทันสมัย มีประสิทธิภาพ ในการให้บริการที่รวดเร็วและทำให้ผู้บริโภคพึงใจ
4. วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขายและลักษณะของผู้บริโภค
5. สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อของตราสินค้า และเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีการสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย
6. ราคา (Price) การกำหนดราคาควรให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการและสอดคล้องกับสภาวะการณ์ของตลาดบริการประเภทต่าง ๆ ในขณะนั้น

คุณภาพการให้บริการ มีลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าจะต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้ารอนาน ท่าเลที่ตั้งมีความเหมาะสม อันแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในการทำงาน
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ และมีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) มีความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น และไว้วางใจในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้านั้นต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและสามารถแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้
10. การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (Understanding and Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าวของลูกค้าได้

2.1.5 อุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว

1. อุปสงค์ของการท่องเที่ยว

หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 84) ได้นิยามไว้ว่า อุปสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึง ความปรารถนาของคนที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่ง เพื่อซื้อบริการการท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยว

จากทฤษฎีว่าด้วยกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีการพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวทางด้านประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนปัจจัยด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะมีการพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสปา ปัจจัยด้านอัตราค่าบริการสปา ปัจจัยด้านผู้ให้บริการสปา ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านความปลอดภัยจากบริการสปา และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการสปา

2. อุปทานของการท่องเที่ยว

หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 77) ได้นิยาม อุปทานของการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีไว้เพื่อสามารถตอบสนองกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็อุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรม สิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้นมา ซึ่งอุปทานเป็นตัวการที่สำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ

ลักษณะของอุปทานการท่องเที่ยว

- เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็นความรู้สึกเท่านั้น การซื้อขายเป็นการตกลงกันล่วงหน้า ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น

- เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้ร่องรอยในการขายสินค้าและบริการ ไม่มีตัวตนสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งออกสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะต้องเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง

- ความไม่แน่นอนของคุณภาพสินค้าและบริการ เนื่องจากการท่องเที่ยว นั้นเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน เป็นผลทำให้การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การจลาจลสภาพดินฟ้าอากาศ สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

- ปริมาณคุณภาพและกรรมสิทธิ์ ในส่วนของปริมาณและคุณภาพสินค้าและบริการจะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายได้แต่จะคงสภาพปริมาณเท่าเดิม หากมีการจัดการ การพัฒนา และการอนุรักษ์ที่เหมาะสม ส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนกับสินค้าชนิดอื่น ๆ

- ผลผลิตไม่สามารถที่จะเก็บไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณจำนวนห้องพัก และแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในระยะเวลาอื่นได้ ดังนั้นการคาดคะเนแนวโน้มจึงเป็นวิธีที่จะช่วยให้การจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม นำไปสู่ดุลยภาพที่อุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวเท่ากัน

2.1.6 ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภค

Philip Kotler (1994 อ้างถึงใน เบียมรัก ฉัตรธนาเสนีย์, 2546:19) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกระดับบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผล จากการทำงานหรือประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ กับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นตรงกับความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจ จะส่งผลต่อการตัดสินใจและการประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อไป

ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) (อ้างถึงใน เบียมรัก ฉัตรธนาเสนีย์, 2546:19) ได้มีการตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์ต้องการความเป็นระเบียบและสอดคล้อง (Order and Consistency) มนุษย์จะเกิดความเครียดเมื่อมีความขัดแย้งใน ความเชื่อหรือพฤติกรรมต่าง ๆ และจะพยายามขจัดความตึงเครียดด้วยการลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น

ในขณะที่ทฤษฎีความไม่ตรงกัน (The Disconfirmation Paradigm) ได้กล่าวว่า ไม่ควรอธิบายความพึงพอใจของบุคคลโดยให้ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) เพียงอย่างเดียว แต่ควรเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอยู่จริง (Actual Product Performance) กับสิ่งที่คาดหวัง (Expectations) (ปราณี คุเจริญไพศาล และบัวรัตน์ ศรีนิล, 2542:14,15)

ส่วนทฤษฎี V.I.E เป็นทฤษฎีที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ ความพึงพอใจ (V-Valence) วิธีทางที่นำไปสู่ความพึงพอใจ (I-Instrumentality) และความคาดหวังภายในตัวบุคคล (E-Expectancy) โดยในตัวบุคคลจะมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงกระทำการตอบสนองของความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ และเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ จะทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Victor K Vroom, 1964 อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2533: 10)

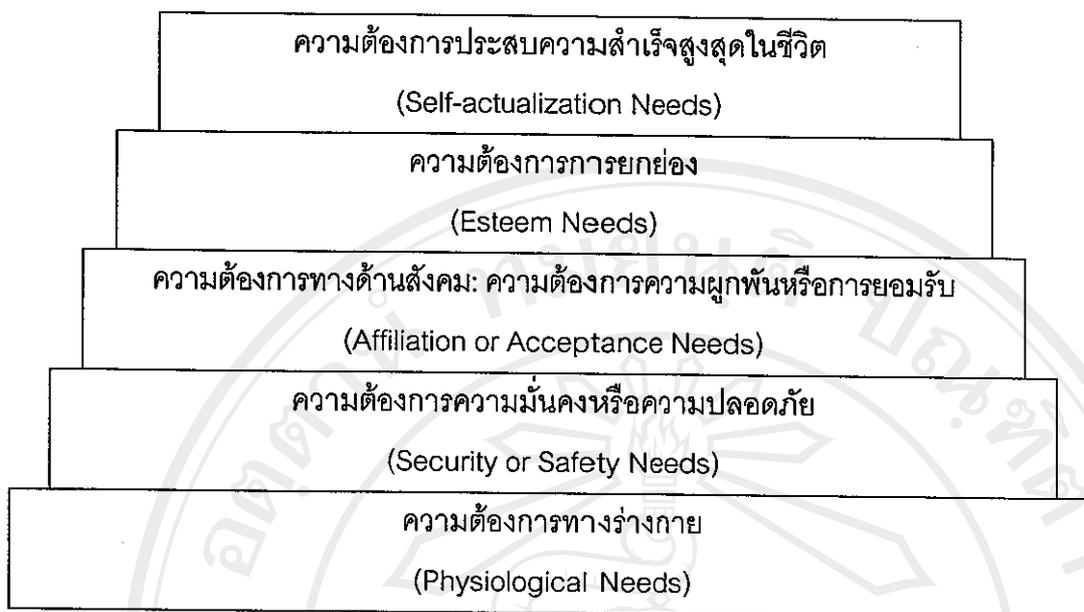
จากทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคดังที่กล่าวมาข้างต้น ย่อมแสดงให้เห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมีผู้พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามประเภทของสินค้าและบริการ (Oliver, 1993 อ้างถึงใน ปราณี คูเจริญไพศาล และบัวรัตน์ ศรีนิล, 2542: 14,15)

2.1.7 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs)

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (Motivation and Personality, 1954: 80-106 อ้างถึงใน บุญเลิศ เปเรซ่า, 2543: 7) ได้อธิบายความต้องการของบุคคลไว้ดังนี้

- บุคคลย่อมมีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ
- ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วไม่เป็นที่สนใจในพฤติกรรมอย่างอื่นอีก ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งสนใจในพฤติกรรมของบุคคลนั้น
- ความต้องการของแต่ละบุคคลจะเรียงลำดับความสำคัญ จากความต้องการขั้นพื้นฐานจนถึงความต้องการขั้นสูงสุด เรียกว่า “ลำดับความต้องการ” เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลก็จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงขึ้นต่อไป

Maslow ได้แบ่งลำดับขั้นความต้องการของบุคคลออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีลักษณะของความต้องการที่เป็นแบบขั้นบันได กล่าวคือ บุคคลจะต้องได้รับการสนใจในระดับความต้องการที่ต่ำที่สุด (หรือระดับความต้องการที่มีความสำคัญที่สุด) ก่อน ซึ่งจะเป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง แต่ถ้าความต้องการในระดับนี้ได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะนำไปสู่ความต้องการในระดับที่สูงต่อไป โดยสามารถอธิบายลำดับขั้นความต้องการของบุคคลได้ดังต่อไปนี้



รูปที่ 2.5 ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเพื่อความอยู่รอด ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และการพักผ่อน
2. ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or Safety Needs) เป็นความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจ
3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social Needs): ความต้องการความผูกพันหรือยอมรับ (Affiliation or Acceptance Needs) เป็นความต้องการของมนุษย์ทางด้านความรัก (Love) ความพอใจ (Affection) และความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging)
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการของมนุษย์ในด้านความนับถือ (Respect) การยอมรับ (Recognition) และความต้องการที่จะบรรลุความสำเร็จส่วนตัว (Accomplishment)
5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการที่จะเจริญเติบโตและพัฒนาตนเองให้มีความสามารถเพิ่มขึ้นในอีกระดับหนึ่ง ซึ่งความต้องการในลำดับขั้นนี้จะมีวิธีการตอบสนองที่ยากที่สุด

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษฎี กาญจนกิติ (2541) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่า การเลือกใช้บริการโรงแรมชาวไทยให้ความสำคัญต่อบริการด้านอัตราห้องพัก ส่วนชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับสภาพห้องพัก เมื่อจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการตามระดับอายุ อาชีพ และรายได้ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการชาวไทยให้ความสำคัญต่อบริการด้านอัตราค่าห้องพักมากที่สุด ส่วนผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศเมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ชาวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับอัตราค่าห้องพัก ส่วนกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 25-55 ปี และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป ที่ให้ความสำคัญกับสภาพห้องพัก ส่วนการจำแนกตามอาชีพ พบว่า ชาวต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ทำงานห้างร้านหรือบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับสภาพห้องพัก และผู้ทำงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัย ส่วนกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยอัตราห้องพัก สำหรับการจำแนกตามรายได้ พบว่า ชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน ให้ความสำคัญด้านอัตราค่าห้องพัก ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 3,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน ให้ความสำคัญกับสภาพห้องพัก

โกศล วัชรโรทน (2542) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการที่พักรวมประเภทเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์เพราะคุ้มค่าใช้จ่าย รองลงมาเพราะประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนเหตุผลที่ใช้บริการเกสต์เฮาส์ เพราะ อัตราค่าห้องพักเหมาะสมและสามารถจ่ายได้ รองลงมา คือ ความสะอาด และการได้รับคำแนะนำผู้อื่นหรือเคยใช้บริการมาก่อน สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก สัญลักษณ์ และวัสดุสื่อสาร ส่วนปัญหาที่พบในระหว่างพัก คือ ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร เมื่อจำแนกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า ปัญหาด้านสถานที่ คือ เสียงดังรบกวน ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ไม่มีกระดาษชำระในห้องน้ำ ปัญหาด้านราคา คือ การโกงค่าบริการต่าง ๆ ปัญหาด้านบริการ คือ ห้องอาหารบริการไม่ดี ปัญหา

ด้านวัสดุสื่อสาร คือ คนขับรถสร้างความรำคาญ และปัญหาด้านสัญลักษณ์ คือ คนขับพยายามชวนให้ไปพักที่อื่น

บุญเลิศ เปเรร่า (2543) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงสุดในระดับสำคัญมาก ต่อองค์ประกอบทางด้านแหล่งท่องเที่ยว และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า ส่วนองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหารและแหล่งบันเทิง บริษัทนำเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยในระดับสำคัญมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมากที่สุด ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก บริษัทนำเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน ส่วนองค์ประกอบด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงยามราตรี และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในระดับพึงพอใจ สำหรับปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบระหว่างการท่องเที่ยว ได้แก่ ความไม่สะอาดของจังหวัดเชียงใหม่ ความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมและค่าบริการต่าง ๆ ของทางโรงแรมที่มีราคาค่อนข้างแพง

อุดมศักดิ์ แนวจิตร (2543) ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง 2) เพื่อถึงศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจ 3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจ และ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รองลงมาคือกลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำปางมากที่สุด รองลงมา

คือ กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจมากต่อการจัดสภาพแวดล้อมด้านพื้นที่และการมีส่วนร่วม แต่มีความคาดหวังและความพึงพอใจปานกลางการจัดการรวมทุกด้านและกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติ ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจทั้งด้านพื้นที่การจัดการกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติและการมีส่วนร่วม พบว่า ความคาดหวังกับความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง (2544) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการชมบ้านควายไทย” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจ ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาของบ้านควายไทย จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการเที่ยวชม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจการเที่ยวชมบ้านควายไทยในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากเป็นอันดับหนึ่งในการบริการด้านสถานที่ รองลงมา คือ รายการการแสดง และรูปแบบการแสดง มีความพึงพอใจน้อยในด้านอัตราค่าบริการ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อกิจกรรมส่งเสริมการขาย เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามอายุและอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อการบริการด้านสถานที่ รายการแสดงในแต่ละรายการ และรูปแบบการแสดง โดยมีความพึงพอใจน้อยต่ออัตราค่าบริการ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดต่อกิจกรรมด้านการส่งเสริมการขาย

วิภาพร มหาชัย (2544) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีประสบการณ์ในการใช้สปามาแล้ว 6 - 10 ครั้ง และพบว่าสาเหตุของการเลือกใช้บริการสปา คือ ผ่อนคลายความเครียด โดยนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการสปาโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และติดต่อกับสถานบริการสปาผ่านทางอินเทอร์เน็ตและด้วยตนเอง โดยบริการสปาที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว คือ การนวดไทยแผนโบราณและการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลาในการมาใช้บริการสปาเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และจากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในจังหวัดเชียงใหม่มีความแตกต่างกัน ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

สมาน มณีจันสุข (2544) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการนวดแผนโบราณ ในเขตเทศบาลเมือง เชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและหญิง และทุกระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการกับผู้ให้บริการเพศหญิงผู้ไม่มีความพิการทางสายตา ส่วนปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ได้แก่ อัตราค่าบริการ และความสามารถของผู้ให้บริการ มีผลต่อการเข้าใช้บริการ

ชลธิดา ลาภหลาย (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ประกันตนในโครงการประกันสังคมจังหวัดลำพูน” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ประกันตนในโครงการประกันสังคมจังหวัดลำพูน ซึ่งทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จากผู้ประกันตนในโครงการประกันสังคมจังหวัดลำพูน ที่มีสิทธิตามใบรับรองสิทธิการรักษาโรงพยาบาลแม่ทา อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกันตนที่มาใช้บริการที่โรงพยาบาลแม่ทา และกลุ่มตัวอย่างผู้ประกันตนที่ไม่มาใช้บริการที่โรงพยาบาลแม่ทา ส่วนเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ การสร้างแบบสอบถามผู้ประกันตน สถิติที่ใช้ร้อยละ และวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด และเทคนิคการวิเคราะห์แบบ Marginal effects

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้ประกันที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อโรงพยาบาลแม่ทาของผู้ประกันตนมีค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ และผู้ประกันตนที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท โอกาสรับบริการทางการแพทย์เพิ่มอยู่ในช่วง 13-15% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.1$ และผู้ประกันตนที่มีความพึงพอใจต่อบริการโรงพยาบาลแม่ทา โอกาสจะมารับบริการทางการแพทย์เพิ่มขึ้น 19-20% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.1$

พิเชษฐ ลาภานุพัฒน์ (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตัดสินใจ

เลือกใช้บริการร้านอาหาร และเพื่อศึกษาถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ระดับราคาที่เหมาะสม รองลงมาเป็นรสชาติอาหาร ความสะอาด และบรรยากาศโดยรวม ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขยายเวลาใช้สถานบริการร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ บรรยากาศของร้าน รองลงมา คือ อาหารมีความอร่อย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกและบริการที่ดี

กัญญาวีร์ ศรีบุรี (2546) ทำการศึกษาเรื่อง "ความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม: กรณีศึกษาค่าเสียโอกาสของการไม่แยกขยะ ในเขตเทศบาลเมืองเชียงราย" มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ ศึกษาพฤติกรรมการทิ้งขยะของประชาชน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดแยกและไม่คัดแยกขยะก่อนนำทิ้ง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภูมิหลังของประชาชนกับการแยกขยะก่อนนำทิ้ง และค่าเสียโอกาสของการไม่แยกขยะจากความยินดีที่จะจ่ายเพื่อปรับปรุงคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นอันเนื่องมาจากปัญหาขยะ วิธีการศึกษาใช้การออกแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองเชียงรายโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับร้านรับซื้อขยะสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด และเทคนิคการวิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects

จากการศึกษาพบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเชียงรายส่วนใหญ่แยกขยะก่อนนำทิ้ง และทิ้งขยะทุกวัน ประเภทของขยะที่ถูกคัดแยกมากที่สุด คือ ขวดและถุงพลาสติก นอกจากนี้ประชาชนส่วนใหญ่ยินดีให้ความร่วมมือในการแยกขยะก่อนนำทิ้งทุกครั้งหากมีการจัดวางถังขยะแบบแยกประเภทให้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดแยกขยะก่อนนำทิ้งระดับมาก คือ ความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการไม่แยกขยะก่อนนำทิ้งระดับมาก คือ แยกแล้วนำทิ้งในถังขยะเทศบาลฯ ถึงเดียวกัน ส่วนปัจจัยภูมิหลังที่มีความสัมพันธ์กับการแยกขยะก่อนทิ้ง ได้แก่ อายุ จำนวนบุตร และการเคยเข้าร่วมโครงการรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม ส่วนของค่าเสียโอกาสของการไม่แยกขยะในภาพรวม เท่ากับ 663,822.41 บาทต่อเดือน

เปี่ยมรัก จัตรธนาเสนีย์ (2546) ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่" วัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับวิธีการศึกษาใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง

แบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง
 โลจิสต์ โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด และเทคนิคการวิเคราะห์
 โดยวิธี Marginal Effects

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจในสถานที่จัดงาน ระดับราคาสินค้า
 ภายในงาน และวันที่ใช้ในการจัดงาน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรม
 ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยทั้งสามปัจจัยนี้มีค่าเป็นบวก
 โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ ซึ่งผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในสถานที่จัดกิจกรรม โอกาส
 มีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม ถนนคนเดินจะเพิ่มขึ้น 16-31% โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ
 $\alpha = 0.01$ ส่วนผู้บริโภคที่มีความพึงพอใจในระดับราคาสินค้า มีโอกาสมีความพึงพอใจในการจัด
 กิจกรรมถนนคนเดินเพิ่มขึ้น 6-13% โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ และผู้บริโภคที่มี
 ความพึงพอใจในวันที่ใช้ในการจัดงาน มีโอกาสมีความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินเพิ่มขึ้น
 11-21% มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$

สินินาถ ตันตราพล (2546) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม
 แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่" กรณีศึกษา คือ โรงแรมธาริน โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ
 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม และความพึงพอใจที่มีต่อการให้
 บริการ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ คือ ราคาห้องพัก รongลงมา
 เป็นทำเลที่ตั้ง คุณภาพห้องพัก และคุณภาพการบริการ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญ
 กับเรื่องราคาห้องพักมากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง
 ในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งหมดมีความพึงพอใจในระบบ
 รักษาความปลอดภัยรอบ ๆ โรงแรม รongลงมาเป็นระบบควบคุมกุญแจห้องพักที่มีประสิทธิภาพ
 ความสะอาดของห้องพัก การสำรองห้องพักเป็นไปตามที่ผู้บริการต้องการ และความคุ้มค่าของ
 อาหารกลางวัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ (Factors Affecting Foreign Tourists' Satisfaction in Using Spa-services in Chiang Mai Province)" โดยได้เลือกทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 131 ตัวอย่าง

3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อการสำรวจกลุ่มตัวอย่างกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ที่เปิดบริการในลักษณะของโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 131 ตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยที่แบบสอบถามที่ใช้ในครั้งนี้ประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
- พฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
- ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่เปิดให้บริการในรูปแบบของโรงแรมและรีสอร์ทสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย และข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสปาที่เปิดดำเนินการกิจการในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้มาจาก

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่
- เอกสารทางวิชาการ เช่น รายงานวิจัย การค้นคว้าแบบอิสระ เป็นต้น

- หนังสือพิมพ์
- World Travel and Tourism Council
- ธนาคารแห่งประเทศไทย
- สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สารสนเทศจากอินเทอร์เน็ต

3.3 เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามนั้น จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Limdep Version 7.0 และ SPSS Version 10 โดยทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การบรรยายลักษณะของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อแสดงถึงลักษณะโดยทั่วไปของของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะนำเสนอในรูปแบบของตาราง โดยใช้ความถี่ร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจหรือไม่ต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการสปา ซึ่งการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบถดถอยโดยอาศัยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา คือ

1. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดให้

- D₁₁ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านทำเลที่ตั้ง
- D₁₂ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านชื่อเสียง
- D₁₃ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านบรรยากาศ
- D₁₄ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านการตกแต่ง
- D₂₁ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านระดับราคา

D ₂₂	คือ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านการส่งเสริมการขาย
D ₃₁	คือ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านผู้ให้บริการ
D ₄₁	คือ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านธรรมชาติบำบัด
D ₄₂	คือ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านรูปแบบการบริการ
D ₅₁	คือ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านความสะดวก
D ₅₂	คือ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านความปลอดภัย
D ₆₁	คือ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
SEX	คือ	เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
INC	คือ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
AGE	คือ	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3.5 การสร้างแบบจำลอง

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการนำแบบจำลองโลจิสติกมาประยุกต์ในการเขียนแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ดังต่อไปนี้

$$P = f(D_{11}, D_{12}, D_{13}, D_{14}, D_{21}, D_{22}, D_{31}, D_{41}, D_{42}, D_{51}, D_{52}, D_{61}, SEX, INC, AGE) \quad (3.1)$$

โดย P คือ ความน่าจะเป็น (Probability) ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

D₁, D₂, ..., INC ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

จากแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจจะพบว่า ตัวแปรตาม (Dependent Variable) มีลักษณะเป็นทางเลือกเชิงคุณภาพ (Qualitative Choice) โดยเป็นทางเลือก 2 ทางเลือก คือ พึงพอใจ และไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นตัวแปรตามที่มีลักษณะไม่ต่อเนื่อง ดังนั้นจึงต้องทำการศึกษาโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

$$y^* = x_1'\beta + u_1 \quad (3.2)$$

ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วค่า y^* จะเป็นตัวแปรที่ไม่สามารถสังเกตได้ (Unobservable) แต่สิ่งที่สังเกตเห็นก็คือ ค่า y ซึ่งจะมีค่า 0 หรือ 1 ตามคำนิยาม (Maddala, 1983:p22 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2546: 245) หรือกฎ (rule) (Johnston and Dinardo, 1997: p419) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} y_i &= 1 \quad \text{ถ้า } y^* > 0 \\ &= 0 \quad \text{ในกรณีอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ } y^* > 0 \text{ โดยที่ } u_i \sim N(0, \sigma^2 I) \end{aligned}$$

และจากฟังก์ชันความควรจะเป็น (Likelihood Function)

$$\begin{aligned} L &= \text{prob}(y_1=0) \cdot \text{prob}(y_2=0) \dots \text{prob}(y_m=0) \cdot \\ &\quad \text{prob}(y_{m+1}=1) \dots \text{prob}(y_n=1) \end{aligned} \quad (3.3)$$

$$= \prod_{i=1}^m \left[1 - \Phi\left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right) \right] \Phi \prod_{i=m+1}^n \left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right) \quad (3.4)$$

$$= \prod_{i=1}^n \Phi\left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right)^{y_i} \left[1 - \Phi\left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right) \right]^{1-y_i} \quad (3.5)$$

สามารถเขียนสมการ (3.5) ให้อยู่ในรูปของลอการิทึม (Logarithm) หรือความควรจะเป็นลอการิทึม (Log-likelihood) ได้ดังนี้

$$\ln L = \sum_{i=1}^n \left\{ y_i \cdot \ln \left[\Phi\left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right) \right] + (1-y_i) \cdot \ln \left[1 - \Phi\left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right) \right] \right\} \quad (3.6)$$

$$= \sum_{i=1}^n \left[1 - \Phi\left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right) \right] + \sum_{y_i=1} \ln \Phi\left(\frac{x_i \beta}{\sigma}\right) \quad (3.7)$$

(Johnston and Dinardo, 1997: p240; Greene, 1997:p882; Maddala, 1983:p22 อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2546:248)

โดยที่ L คือ ความน่าจะเป็นที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาที่ ในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อนำแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ มาเขียนความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linear Relationship) ถือว่าเป็นการประยุกต์แบบจำลองโลจิสต์ เพื่อที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยรูปแบบของแบบจำลองที่ใช้เป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น คือ

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 D_{11} + \beta_2 D_{12} + \beta_3 D_{13} + \beta_4 D_{14} + \beta_5 D_{21} + \beta_6 D_{22} + \beta_7 D_{31} + \beta_8 D_{41} + \beta_9 D_{42} + \beta_{10} D_{51} + \beta_{11} D_{52} + \beta_{12} D_{61} + \beta_{13} SEX_1 + \beta_{14} INC_1 + \beta_{15} AGE_1 + \varepsilon_1 \quad (3.8)$$

โดยที่	Y	คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
	D ₁	คือ ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ประกอบด้วย D ₁₁ ด้านทำเลที่ตั้ง D ₁₂ ด้านชื่อเสียง D ₁₃ ด้านบรรยากาศ D ₁₄ ด้านการตกแต่ง = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
	D ₂	คือ ความพึงพอใจค่าบริการ ประกอบด้วย D ₂₁ ด้านราคา D ₂₂ ด้านการส่งเสริมการขาย = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
	D ₃	คือ ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ประกอบด้วย D ₃₁ ด้านผู้ให้บริการ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ

- D_4 คือ ความพึงพอใจด้านการบริการ ประกอบด้วย
 D_{41} ด้านธรรมาภิบาล
 D_{42} ด้านรูปแบบการบริการ
= 1 มีความพึงพอใจ
= 0 ไม่มีความพึงพอใจ
- D_5 คือ ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย
 D_{51} ด้านความสะอาด
 D_{52} ด้านความปลอดภัย
= 1 มีความพึงพอใจ
= 0 ไม่มีความพึงพอใจ
- D_6 คือ ความพึงพอใจด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย
 D_{61} ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
= 1 มีความพึงพอใจ
= 0 ไม่มีความพึงพอใจ
- SEX คือ เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
= 1 เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นเพศหญิง
= 0 เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นเพศชาย
- INC คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
(ดอลลาร์สหรัฐ)
- AGE คือ อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ปี)
- $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_{15}$ คือ ค่าพารามิเตอร์ (Parameters)
- ε คือ เทอมความคาดเคลื่อน (Error Term) $\sim NID(0, \sigma^2)$

3.6 สมมติฐานในการศึกษา

จากการศึกษา ปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปา ความพึงพอใจค่าบริการสปา ความพึงพอใจผู้ให้บริการสปา ความพึงพอใจด้านการบริการ ความพึงพอใจในความปลอดภัยจากการให้บริการสปา

บทที่ 4 ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 131 ตัวอย่าง ที่ได้เคยใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในจังหวัดเชียงใหม่มาแล้ว ด้วยการให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการศึกษสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จากแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งจะแสดงถึง เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ดอลลาร์สหรัฐ) และการศึกษา ซึ่งจะใช้วิธีการศึกษาด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การบรรยายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดงความถี่ร้อยละ ซึ่งผลของการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจจำนวน 131 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เป็นเพศชายจำนวน 57 คน (ร้อยละ 43.5) และที่เป็นเพศหญิงจำนวน 74 คน (ร้อยละ 56.5)

ตาราง 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	57	43.5
หญิง	74	56.5
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.2 อายุ

จากตาราง 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจจำนวน 131 คน มีอายุระหว่าง 46-55 ปีเป็นจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 37 คน (ร้อยละ 28.3) รองลงมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 36 คน (ร้อยละ 27.5) และอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 32 คน (ร้อยละ 24.4) ส่วนที่อายุไม่เกิน 25 ปี มีจำนวน 16 คน (ร้อยละ 12.2) และที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 10 คน (ร้อยละ 7.6)

ตาราง 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 25	16	12.2
26- 35	36	27.5
36 - 45	32	24.4
46 - 55	37	28.3
มากกว่า 56	10	7.6
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.3 สถานภาพ

จากตาราง 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 76 คน (ร้อยละ 58) รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 45 คน (ร้อยละ 34.4) แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 4.6) และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 4 คน (ร้อยละ 3)

ตาราง 4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	45	34.4
สมรส	76	58
หย่าร้าง	4	3
แยกกันอยู่	6	4.6
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.4 อาชีพ

จากตาราง 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน ลูกจ้าง จำนวน 44 คน (ร้อยละ 33.6) รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 16.8) ส่วนข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการบำนาญ มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือ จำนวน 19 คน (ร้อยละ 14.5) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ประกอบอาชีพอื่น เช่น ทยายความ พยาบาล แม่บ้าน มีจำนวน 13 คน (ร้อยละ 9.9) นักเรียน นักศึกษา จำนวน 9 คน (ร้อยละ 6.9) และอันดับสุดท้าย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ประกอบอาชีพครู อาจารย์ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 3.8)

All rights reserved

ตาราง 4.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัด
เชียงใหม่

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงาน / ลูกจ้าง	44	33.6
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	14.5
เจ้าของกิจการ	22	16.8
นักเรียน / นักศึกษา	9	6.9
ข้าราชการบำนาญ	19	14.5
ครู / อาจารย์	5	3.8
อื่น ๆ	13	9.9
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.5 ภูมิสำเนา

จากตาราง 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่มีภูมิสำเนาอยู่ในเอเชีย จำนวน 65 คน (ร้อยละ 49.6) ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจากประเทศอินเดีย สิงคโปร์ ไทย ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ฮองกง ไต้หวัน และมาเลเซีย รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีภูมิสำเนาอยู่ในยุโรป จำนวน 39 คน (ร้อยละ 29.8) ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเบลเยียม ฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมนี ฮอลแลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ สเปน และสกอตแลนด์ ส่วนกลุ่มที่มีภูมิสำเนาอยู่อเมริกา มีจำนวน 25 คน (ร้อยละ 19.1) โดยมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเวเนซุเอล่า และอันดับสุดท้าย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาจากโอเชียเนีย จำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.5) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศออสเตรเลีย

ตาราง 4.5 ภูมิฐานะของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัด เชียงใหม่

ภูมิฐานะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอเชีย	65	49.6
ยุโรป	39	29.8
อเมริกา	25	19.1
โอเชียเนีย	2	1.5
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากตาราง 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงไม่เกิน 2,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 29) รองลงมา คือ มีรายได้ 3,501-4,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 33 คน (ร้อยละ 25.2) ส่วนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 2,501-3,500 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวน 29 คน (ร้อยละ 22.1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 4,501-5,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 21 คน (ร้อยละ 16) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,501 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 10 คน (ร้อยละ 7.6)

ตาราง 4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ใน จังหวัดเชียงใหม่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ดอลลาร์สหรัฐ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 2,500	38	29
2,501 – 3,500	29	22.1
3,501 – 4,500	33	25.2
4,501 – 5,500	21	16
มากกว่า 5,501	10	7.6
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.1.7 ระดับการศึกษา

จากตาราง 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 94 คน (ร้อยละ 71.8) รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 29 คน (ร้อยละ 22.1) และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน (ร้อยละ 6.1)

ตาราง 4.7 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	6.1
ปริญญาตรี	94	71.8
ปริญญาโท / สูงกว่าปริญญาโท	29	22.1
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการสปา ได้แก่ ลักษณะการให้บริการสปา ความถี่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สาเหตุของการใช้บริการสปา และ การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแสดง ความถี่ร้อยละ ซึ่งผลของการศึกษามีดังต่อไปนี้

4.2.1 ลักษณะการให้บริการสปา

จากตาราง 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยใช้บริการสปามาก่อน จำนวน 110 คน (ร้อยละ 84) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่เคยใช้บริการสปามาก่อน จำนวน 21 คน (ร้อยละ 16)

ตาราง 4.8 ลักษณะการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	110	84
ไม่เคยใช้บริการ	21	16
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.2 ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากตาราง 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก มีจำนวน 61 คน (ร้อยละ 46.6) ส่วนนักท่องเที่ยวที่เคย
เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง มีจำนวน 70 คน (ร้อยละ 53.4)

ตาราง 4.9 ความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	61	46.6
มากกว่า 1 ครั้ง	70	53.4
รวม	131	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.3 สาเหตุของการใช้บริการสปา

จากตาราง 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ใช้บริการสปา เพราะต้องการคลายเครียด
จำนวน 92 คน (ร้อยละ 33.7) สาเหตุรองลงมาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการสปา เพราะ
ต้องการพักผ่อน และรวมอยู่ในบริการนำเที่ยว จำนวน 42 คน (ร้อยละ 15.4) เท่ากัน ส่วนที่ชอบใช้
บริการสปา จำนวน 38 คน (ร้อยละ 13.9) ถือเป็นประสบการณ์ใหม่ จำนวน 35 คน (ร้อยละ 12.8)
และต้องการการรักษาและการบำบัด จำนวน 22 คน (ร้อยละ 8.1)

ตาราง 4.10 สาเหตุของการใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้
บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	42	15.4
ชอบ	38	13.9
คลายเครียด	92	33.7
รวมอยู่ในบริการนำเที่ยว	42	15.4
ประสบการณ์ใหม่	35	12.8
รักษา / บำบัด	22	8.1
อื่น ๆ	2	0.7
รวม	273	100

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : สาเหตุของการใช้บริการสปาสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.2.4 การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

จากตาราง 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา
ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำรวจ 131 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปา ในจังหวัด
เชียงใหม่ จากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 67 คน (ร้อยละ 28.5) รองลงมารับทราบข้อมูลบริการสปา
จากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร จำนวน 54 คน (ร้อยละ 23) และจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 43 คน
(ร้อยละ 18.3) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปาจากที่พัก มี
จำนวน 33 คน (ร้อยละ 14) จากเพื่อนหรือญาติ จำนวน 20 คน (ร้อยละ 8.5) และจากป้ายโฆษณา
หรือป้ายประกาศ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 6)

ตาราง 4.11 การรับทราบข้อมูลบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว
ชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

การรับทราบข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	43	18.3
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	54	23
บริษัทนำเที่ยว	67	28.5
ที่พัก	33	14
เพื่อน /ญาติ	20	8.5
ป้ายโฆษณา / ป้ายประกาศ	14	6
อื่นๆ	4	1.7
รวม	235	100

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : การรับทราบข้อมูลบริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำการศึกษาด้วยการใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยวิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates) และ Marginal Effects

4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ทำการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ในสมการที่ 4.1 โดยใช้วิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และ วิธี Marginal Effects

$$\begin{aligned}
 Y_i = & \beta_0 + \beta_1 D_{11} + \beta_2 D_{12} + \beta_3 D_{13} + \beta_4 D_{14} + \beta_5 D_{21} + \beta_6 D_{22} + \beta_7 D_{31} + \\
 & \beta_8 D_{41} + \beta_9 D_{42} + \beta_{10} D_{51} + \beta_{11} D_{52} + \beta_{12} D_{61} + \beta_{13} SEX_i + \beta_{14} INC_i \\
 & + \beta_{15} AGE_i + \varepsilon_i
 \end{aligned}
 \tag{4.1}$$

ตาราง 4.12 คำอธิบายและวิธีการวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

ตัวแปร	คำอธิบาย
Y	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัด เชียงใหม่ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₁	ความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ประกอบด้วย D ₁₁ ด้านทำเลที่ตั้ง D ₁₂ ด้านชื่อเสียง D ₁₃ ด้านบรรยากาศ D ₁₄ ด้านการตกแต่ง = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₂	ความพึงพอใจค่าบริการ ประกอบด้วย D ₂₁ ด้านราคา D ₂₂ ด้านการส่งเสริมการขาย = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₃	ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ประกอบด้วย D ₃₁ ด้านผู้ให้บริการ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D ₄	ความพึงพอใจด้านการบริการ ประกอบด้วย D ₄₁ ด้านธรรมชาติบำบัด D ₄₂ ด้านรูปแบบการบริการ = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ

ตัวแปร	คำอธิบาย
D_5	ความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย D_{51} ด้านความสะอาด D_{52} ด้านความปลอดภัย = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
D_6	ความพึงพอใจด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย D_{61} ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก = 1 มีความพึงพอใจ = 0 ไม่มีความพึงพอใจ
SEX	เพศ = 1 เพศหญิง = 0 เพศชาย
INC	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ดอลลาร์สหรัฐ)
AGE	อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ปี)
i	ข้อมูลที่ i (i^{th} observation)
ε	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)

ที่มา: จากการกำหนด

4.3.2 สมมติฐานในการศึกษา

สมมติฐานในการศึกษา คือ ปัจจัยที่จะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ความพึงพอใจทำเลที่ตั้ง ความพึงพอใจค่าบริการ ความพึงพอใจผู้ให้บริการ ความพึงพอใจการบริการ และความพึงพอใจด้านความปลอดภัย

All rights reserved

4.3.3 ผลการศึกษา

จากการศึกษา "ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่" เพื่อชี้ให้เห็นว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจึงได้เลือกทำการศึกษาด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยวิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) และ Marginal Effects ออกมาหลายรูปแบบสมการ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาแสดงได้ดังตาราง 4.13 – ตาราง 4.20

สมการที่ 1 – สมการที่ 7 ได้นำปัจจัย ได้แก่ เพศ (SEX) อายุ (AGE) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) ทำเลที่ตั้ง (D_{11}) ชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และการตกแต่งสถานที่ (D_{14}) มาทำการวิเคราะห์ทีละปัจจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา มีดังต่อไปนี้

จากสมการที่ 5 ปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$, Mc Fadden $R^2 = 0.9746$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในชื่อเสียงมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.18 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านชื่อเสียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$

สมการที่ 6 ปัจจัยด้านบรรยากาศ (D_{13}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ ค่า Mc Fadden $R^2 = 0.0669$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้น ส่วนการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.81 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$

ส่วนปัจจัยที่เหลือตัวอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย เพศ (SEX) ในสมการที่ 1, อายุ (AGE) ในสมการที่ 2, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (INC) ในสมการที่ 3, ทำเลที่ตั้ง (D_{11}) ในสมการที่ 4 และการตกแต่งสถานที่ (D_{14}) ในสมการที่ 7 นั้น ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.13 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ

Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 1 – สมการที่ 7

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 1	สมการที่ 2	สมการที่ 3	สมการที่ 4	สมการที่ 5	สมการที่ 6	สมการที่ 7
Constant	0.1053 [0.397]	1.2632 [1.918]	0.4567 [2.040]	-1.0986 [0.951]	-0.6931 [1.386]	-1.7917 [2.346]	0.4700 [0.824]
SEX	0.2776 [0.781]						
AGE		-0.2495 [1.587]					
INC			-0.4279 [1.234]				
D ₁₁				1.4001 [1.198]			
D ₁₂					1.1059** [2.065]		
D ₁₃						2.2617*** [2.874]	
D ₁₄							-0.2315 [0.386]
D ₂₁							
D ₂₂							
D ₃₁							
D ₄₁							
D ₄₂							
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁							
Mc Fadden R ²	0.0034	0.0142	0.0191	0.0094	0.0253	0.0669	0.0008

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

เลขหมู่.....
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๑/๑๓
๑๑๕.๑๓๖๒
๐๑๑๓ ๗

c-4

ตาราง 4.14 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 1 – สมการที่ 7

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 1	สมการที่ 2	สมการที่ 3	สมการที่ 4	สมการที่ 5	สมการที่ 6	สมการที่ 7
Constant	0.2589 [0.400]	0.3103 [1.942]	0.1125 [2.098]	-0.2701 [0.947]	-0.1703 [1.369]	-0.4421 [2.294]	0.1155 [0.829]
SEX	0.6822 [0.781]						
AGE		-0.6129 [1.588]					
INC			-0.1055 [1.226]				
D ₁₁				0.3442 [1.196]			
D ₁₂					0.2718** [2.060]		
D ₁₃						0.5581*** [2.833]	
D ₁₄							-0.5692 [0.386]
D ₂₁							
D ₂₂							
D ₃₁							
D ₄₁							
D ₄₂							
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁							

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.01$

สมการที่ 8 พบว่าปัจจัยด้านระดับราคา (D_{21}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ Mc Fadden $R^2 = 0.0762$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคามากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย และการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.8 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 9 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (D_{22}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ Mc Fadden $R^2 = 0.0533$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย และการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.14 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 10 พบว่าปัจจัยด้านผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ McFadden $R^2 = 0.0874$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจใน ผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 54.87 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 12 พบว่า รูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ Mc Fadden $R^2 = 0.0874$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 38.5 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

ส่วนปัจจัยทางด้านธรรมชาติบำบัด (D_{41}) ความสะอาด (D_{51}) และความปลอดภัย (D_{52}) ในสมการที่ 11 สมการที่ 13 และสมการที่ 14 ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.15 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ

Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 8 – สมการที่ 14

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 8	สมการที่ 9	สมการที่ 10	สมการที่ 11	สมการที่ 12	สมการที่ 13	สมการที่ 14
Constant	-0.8209 [2.269]	-0.6131 [1.780]	-1.6734 [2.661]	-0.5108 [0.699]	-0.9985 [2.258]	-0.1823 [0.301]	-0.1335 [0.258]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃							
D ₁₄							
D ₂₁	1.4983*** [3.551]						
D ₂₂		1.2274*** [3.019]					
D ₃₁			2.2231*** [3.373]				
D ₄₁				0.8222 [1.092]			
D ₄₂					1.5656** [3.218]		
D ₅₁						0.4846 [0.765]	
D ₅₂							0.4464 [0.811]
D ₆₁							
Mc Fadden R ²	0.0762	0.0533	0.0874	0.0069	0.0649	0.0032	0.0036

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

ตาราง 4.16 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 8 – สมการที่ 14

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 8	สมการที่ 9	สมการที่ 10	สมการที่ 11	สมการที่ 12	สมการที่ 13	สมการที่ 14
Constant	-0.2016 [2.201]	-0.1505 [1.739]	-0.4131 [2.587]	-0.1255 [0.697]	-0.2455 [2.200]	-0.4481 [0.300]	-0.3281 [0.257]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃							
D ₁₄							
D ₂₁	0.3680*** [3.531]						
D ₂₂		0.3014*** [3.011]					
D ₃₁			0.5486*** [3.318]				
D ₄₁				0.2021 [1.092]			
D ₄₂					0.3850*** [3.193]		
D ₅₁						0.1191 [0.765]	
D ₅₂							1.0971 [0.811]
D ₆₁							

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 15 ได้นำเอาปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (D_{61}) มาวิเคราะห์ พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 16 คือ ได้นำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และระดับราคา (D_{21}) มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และระดับราคา (D_{21}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และ $\alpha = 0.05$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น และถ้าหากว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคามากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.5 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.66 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 17 ได้นำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) มาทำการวิเคราะห์พร้อมกันเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะมากขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.21 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.14 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 18 คือ ได้นำเอาปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.6 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.94 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 19 ได้นำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น สำหรับการพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.88 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.24 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 20 ได้นำเอาปัจจัยด้านผู้ให้บริการ (D_{31}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า ผู้ให้บริการ (D_{31}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ และ $\alpha = 0.05$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่

นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาที่จะเพิ่มขึ้น และถ้าหากว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาที่จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.18 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.95 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 21 ได้นำเอาปัจจัยด้านระดับราคา (D_{21}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า ระดับราคา (D_{21}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ซึ่งหมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านระดับราคาเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย การพิจารณาด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.37 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.54 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

ตาราง 4.17 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ
Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 15 – สมการที่ 21

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 15	สมการที่ 16	สมการที่ 17	สมการที่ 18	สมการที่ 19	สมการที่ 20	สมการที่ 21
Constant	1.0986 [1.346]	-2.0105 [2.565]	-2.2161 [2.715]	-2.1228 [2.668]	-3.0562 [3.158]	-2.1505 [3.062]	-1.7969 [2.811]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃		1.6020* [1.917]	1.7097** [2.060]	1.8893** [2.333]	1.8124** [2.202]		
D ₁₄							
D ₂₁		1.1218** [2.459]					0.9072** [1.853]
D ₂₂				0.9301* [2.162]			
D ₃₁					1.9076*** [2.803]	1.7891*** [2.580]	1.6032** [2.177]
D ₄₁							
D ₄₂			1.1398** [2.173]			1.0508** [1.976]	
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁	-0.8864 [1.060]						
Mc Fadden R ²	0.0070	0.1012	0.0940	0.0931	0.1212	0.1096	0.1065

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.10$
 ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$
 *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

ตาราง 4.18 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 15 – สมการที่ 21

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 15	สมการที่ 16	สมการที่ 17	สมการที่ 18	สมการที่ 19	สมการที่ 20	สมการที่ 21
Constant	0.2698 [1.357]	-0.4958 [2.501]	-0.5471 [2.645]	-0.5236 [2.600]	-0.7569 [3.069]	-0.5311 [2.968]	-0.4432 [2.726]
SEX							
AGE							
INC							
D ₁₁							
D ₁₂							
D ₁₃		0.3951* [1.900]	0.4221** [2.041]	0.4660** [2.307]	0.4488** [2.183]		
D ₁₄							
D ₂₁		0.2766** [2.456]					0.2238** [1.853]
D ₂₂				0.2294** [2.160]			
D ₃₁					0.4725*** [2.772]	0.4418** [2.551]	0.3954** [2.156]
D ₄₁							
D ₄₂			0.2814** [2.166]			0.2595** [1.971]	
D ₅₁							
D ₅₂							
D ₆₁	-0.2177 [1.061]						

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.10$ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

สมการที่ 22 ได้นำเอาปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาวิเคราะห์ เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่าชื่อเสียง (D_{12}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในชื่อเสียงเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.37 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในชื่อเสียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 53 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 23 ได้นำเอาปัจจัยด้านระดับราคา (D_{21}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า ระดับราคา (D_{21}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.10$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคามากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.46 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.52 ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สมการที่ 24 ได้เอานำปัจจัยทางด้านบรรยากาศ (D_{13}) ระดับราคา (D_{21}) และรูปแบบการบริการ (D_{42}) มาวิเคราะห์เพื่อที่จะหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และระดับราคา (D_{21}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ ซึ่งหมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย และถ้าหาก

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคาเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ก็จะเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยด้านรูปแบบการบริการมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แต่ไม่นัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.13 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับราคา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 25 ได้นำเอาปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบของการบริการ (D_{42}) มาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และรูปแบบของการบริการ (D_{42}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.10$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะมากขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะมากขึ้นด้วย ส่วนชื่อเสียง (D_{12}) ถึงแม้ว่าจะมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แต่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.26 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.61 ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบของการบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 26 คือ ได้นำปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และการส่งเสริมการขาย (D_{22}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.10$ ตามลำดับ หมายความว่า ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะมากขึ้นด้วย ส่วนชื่อเสียง (D_{12}) ถึงแม้จะมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แต่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะ

มีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.26 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.69 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 27 คือ ได้นำเอาปัจจัยด้านชื่อเสียง (D_{12}) บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) มาวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับหมายความว่า ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความพึงพอใจในบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนชื่อเสียง (D_{12}) ถึงแม้ว่าจะมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ การวิเคราะห์ด้วยวิธี Marginal Effects พบว่า โอกาสที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.06 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 46.64 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมการที่ 28 ได้นำเอาปัจจัยทั้งหมดมาวิเคราะห์ พบว่า บรรยากาศ (D_{13}) และผู้ให้บริการ (D_{31}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ส่วนการตกแต่ง (D_{14}) การส่งเสริมการขาย (D_{22}) และสิ่งอำนวยความสะดวก (D_{61}) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.10$ การวิเคราะห์ด้วย Marginal Effects พบว่า โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 168 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรยากาศ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 83.19 ถ้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจผู้ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 51.67 ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการส่งเสริมการขาย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยที่กำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.19 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ
Maximum Likelihood Estimates (MLE) สมการที่ 22 – สมการที่ 28

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 22	สมการที่ 23	สมการที่ 24	สมการที่ 25	สมการที่ 26	สมการที่ 27	สมการที่ 28
Constant	-2.4274 [3.046]	-1.2894 [2.706]	-2.2508 [2.721]	-2.5301 [2.809]	-2.3528 [2.642]	-3.6270 [3.348]	-1.1767 [0.472]
SEX							0.5124 [1.137]
AGE							-0.2062 [1.036]
INC							-0.4223 [1.495]
D ₁₁							0.1227 [0.075]
D ₁₂	0.9467* [1.668]			0.5360 [0.889]	0.3890 [0.609]	0.8011 [1.360]	0.4168 [0.460]
D ₁₃			1.4128* [1.652]	1.6715** [2.006]	1.8750** [2.311]	1.6977** [2.039]	6.9023** [2.159]
D ₁₄							-2.9088** [1.938]
D ₂₁		1.0761** [2.225]	0.8562* [1.715]				-0.3391 [0.469]
D ₂₂					0.7980* [1.663]		2.1195* [1.785]
D ₃₁	2.1469*** [3.230]					1.8825*** [2.749]	3.4127** [1.977]
D ₄₁							-0.7375 [0.598]
D ₄₂		0.9567 [1.708]	0.7422 [1.282]	0.9969* [1.817]			0.1332 [0.150]
D ₅₁							-1.7725 [1.350]
D ₅₂							-0.9299 [0.859]
D ₆₁							-3.8067** [1.941]
Mc Fadden R ²	0.1033	0.0927	0.1104	0.0984	0.0952	0.1315	0.2250

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic
2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.10$
 ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.05$
 *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.01$

ตาราง 4.20 ผลการทดสอบโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ด้วยวิธี Marginal Effects

สมการที่ 22 – สมการที่ 28

ตัวแปรอิสระ	สมการที่ 22	สมการที่ 23	สมการที่ 24	สมการที่ 25	สมการที่ 26	สมการที่ 27	สมการที่ 28
Constant	-0.5992 [2.964]	-0.3171 [2.623]	-0.5555 [2.650]	-0.6246 [2.740]	-0.5805 [2.580]	-0.8986 [3.255]	-0.2868 [0.476]
SEX							0.1249 [1.141]
AGE							-0.5027 [1.035]
INC							-0.1029 [1.497]
D ₁₁							0.2993 [0.075]
D ₁₂	0.2337* [1.665]			0.1323 [0.889]	0.9598 [0.609]	0.1985 [1.358]	0.1016 [0.461]
D ₁₃			0.3487 [1.640]	0.4126** [1.988]	0.4626** [2.285]	0.4206** [2.023]	1.6826** [2.410]
D ₁₄							-0.7091** [2.035]
D ₂₁		0.2646** [2.221]	0.2113* [1.714]				-0.8267 [0.471]
D ₂₂					0.1969* [1.663]		0.5167** [1.903]
D ₃₁	0.5300*** [3.180]					0.4664*** [2.721]	0.8319** [2.134]
D ₄₁							-0.1798 [0.608]
D ₄₂		0.2352* [1.703]	0.1831 [1.280]	0.2461* [1.813]			0.3247 [0.150]
D ₅₁							-0.4321 [1.395]
D ₅₂							-0.2267 [0.874]
D ₆₁							-0.9279** [2.090]

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ

1. ตัวเลขในวงเล็บคือ ค่า Absolute t-statistic

2. สัญลักษณ์ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.10$ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.05$ *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha = 0.01$

4.3.4 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และ Marginal Effects พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการบริการอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

โดยวิธี Marginal Effects พบว่า

1. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในชื่อเสียง โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.37 - 27.18
2. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในบรรยากาศ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 55.81 - 39.5
3. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านระดับราคา โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 21.13 - 36.8
4. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขาย โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 19.69 - 30.14
5. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 39.54 - 54.86
6. ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในรูปแบบของการบริการ โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จะเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงร้อยละ 23.52 - 38.5

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่” ทำการศึกษาโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวม 131 ตัวอย่าง จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทสปา (Hotel and Resort Spa) ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เก็บรวบรวมจากสื่อสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สารสนเทศจากอินเทอร์เน็ต หน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะนำมาวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไป และเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้แล้วยังได้วิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ด้วยการให้แบบจำลองโลจิต โดยเทคนิควิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี Marginal Effects ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่” พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่เป็น เพศหญิง ร้อยละ 56.5 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 43.5 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 46-55 ปี ร้อยละ 28.3 และช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 27.5 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 58 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้าง ร้อยละ 33.6 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในเอเชีย ร้อยละ 49.6 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 3,501-4,500 ดอลลาร์สหรัฐมากที่สุด ร้อยละ 25.2 ส่วนระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.8 นอกจากนี้แล้วยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นผู้ที่เคยใช้

บริการสปามาก่อนแล้ว ร้อยละ 84 และส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 53.4 ส่วนสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสปา เพราะ ต้องการคลายเครียด ร้อยละ 33.7 โดยที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูล เกี่ยวกับบริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ผ่านทางบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 28.5

ส่วนผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสปา ปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการบริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปา กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านชื่อเสียงเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านบรรยากาศเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

ในปัจจัยด้านอัตราค่าบริการ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านระดับราคาเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ก็จะเพิ่มมากขึ้น และถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายมากขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

ในปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้น

ในปัจจัยด้านการบริการ ถ้านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในรูปแบบของการบริการเพิ่มขึ้น โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จะเพิ่มขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากว่าในปัจจุบันนี้ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงและกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแล้วกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ที่จะมาใช้บริการสปาในประเทศไทย ดังนั้นจากการศึกษาในเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่" ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้สามารถที่จะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา ในการที่จะปรับปรุงพัฒนาธุรกิจสปาให้ดีขึ้นได้ ตลอดจนอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจสปาในอนาคต เพื่อที่ว่าจะได้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจสปา ว่ามีความพึงพอใจในบริการสปาแบบใด

1. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง โดยเฉพาะในด้านชื่อเสียงของสถานบริการสปา และบรรยากาศของสถานบริการสปา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาควรที่จะมีการสร้างบรรยากาศภายในสถานบริการสปาให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้แล้ว ก็ควรที่จะสร้างชื่อเสียงของบริการสปาให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากขึ้น เพื่อที่ว่านักท่องเที่ยวจะได้เกิดความมั่นใจและรู้สึกสนใจในการที่จะมาใช้บริการสปามากขึ้น

2. ปัจจัยทางด้านค่าบริการ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรที่จะกำหนดราคาการบริการสปาให้มีความเหมาะสม และควรที่จะจัดทำเอกสารแจ้งรายการค่าบริการและอัตราค่าบริการให้มีความชัดเจนให้กับผู้ที่ใช้บริการสปาได้ทราบ ส่วนหน่วยงานของรัฐเองก็ควรที่จะเข้ามาตรวจสอบดูแลในเรื่องค่าบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาควรที่จะจัดรายการการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดใจให้มีผู้มาใช้บริการสปามากยิ่งขึ้น

3. ปัจจัยทางด้านผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมาก ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา ควรที่จะให้ความสำคัญกับบุคลากรที่เป็นผู้ให้บริการทางด้านสปา กล่าวคือ ในส่วนของภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจสปา ควรที่จะทำการคัดเลือกบุคลากรที่จะมาเป็นผู้ให้บริการให้มีความเหมาะสมทางด้านความรู้การบริการสปา ส่วนหน่วยงานภาครัฐบาลก็ควรที่จะช่วยสนับสนุนในการเพิ่มทักษะหรือทำการฝึกอบรมความรู้ให้

กับผู้ให้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้ในการประกอบวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้แล้วผู้ให้บริการเองก็ควรที่จะมีการดูแลรักษาความสะอาดของเสื้อผ้าให้มีความสะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ และควรที่จะมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีกับผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อที่จะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการสปลาเกิดความประทับใจในการใช้บริการสปลา

4. ปัจจัยทางด้านการบริการ ควรจะมีการจัดรูปแบบของการบริการให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้ที่มาใช้บริการจะได้สามารถเลือกรูปแบบของการบริการได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด นอกจากนี้ควรที่จะเลือกรูปแบบการบริการให้มีสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น เพื่อจะได้เป็นการเผยแพร่ภูมิปัญญาชาวบ้านให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการได้รับทราบและเกิดความประทับใจ

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปลา ในจังหวัดเชียงใหม่ ควรจะทำการศึกษปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปลา ซึ่งจะนำไปสู่ผลการศึกษาที่ดีขึ้น

2. เนื่องจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปลา ในครั้งนี้ ทำการศึกษาเฉพาะสปลาที่เปิดดำเนินการในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น สำหรับการศึกษาค้างต่อไปควรที่จะทำการศึกษาในจังหวัดอื่น ๆ ที่มีการเปิดบริการสปลาเป็นจำนวนมาก เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ระยอง เกาะสมุย เป็นต้น นอกจากนี้แล้วก็ควรที่จะทำการศึกษารูปแบบของบริการสปลาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. ควรที่จะทำการศึกษาโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบอื่น ๆ เพิ่มเติมบ้าง ซึ่งอาจจะนำไปสู่ผลการศึกษาที่ดีขึ้นในอนาคต และควรที่จะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนมากกว่านี้ เพื่อที่ว่าผลการวิเคราะห์จะได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงและมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

4. ปัญหาหลักของการศึกษาในครั้งนี้ คือ การไม่ให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการธุรกิจสปลาในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปลาเป็นไปได้ยาก ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรที่จะประสานขอความร่วมมือกับหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการสปลา ให้เป็นตัวกลางในการช่วยประสานงาน ซึ่งจะทำให้การศึกษานี้เป็นไปได้อย่างสะดวกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎี กาญจนกิตติ. 2541. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- กัญญาวีร์ ศรีบุรี. 2546. **ความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม: กรณีศึกษาค่าเสียโอกาสของการไม่แยกขยะในเขตเทศบาลเมืองเชียงราย**. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. TARGET OF TOURISM IN THAILAND 1995-2004. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http:// http://www.tat.or.th/stat/index.html](http://www.tat.or.th/stat/index.html). 14 มกราคม 2547.
- _____. 2547. International Tourist Arrivals to Thailand by Country of Residence January-September 2003. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.tat.or.th/stat/web/static_download.php. 24 เมษายน 2547.
- โกศล วัชรโรจน. 2542. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จรรยา เปรมศิลป์. "ท่องเที่ยวไทย...กลไกฟื้นเศรษฐกิจ." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/Real_Sector/Service&Other/Tourism&Hotel/annual/8-9-2000-Th-I-1/tourism.pdf. 28 ธันวาคม 2546.
- ชลธิดา ลากหลาย. 2545. **ปัจจัยที่มีต่ออุปสงค์การใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ประกันตน ในโครงการประกันสังคมจังหวัดลำพูน**. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงจันทร์ ผาดศรี. "สปา...พีเวอร์." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://thailabonline.com/aromatherapy-spa1.htm>. 10 ตุลาคม 2546.
- เดช กาญจนางกูร. 2539. **จุลเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ด้อย ชุมสาย, ม.ล. 2527. **ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). ฝ่ายวิจัย. 2546. สปา...ธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: http://www.krungsri.com/PDF/ECONOMY/ANALYSIS/july46_03.pdf.
20 พฤศจิกายน 2546.

บุญเลิศ เปเร่รา. 2543. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปราณี คูเจริญไพศาล และบัวรัตน์ ศรีนิล. 2542. ปัจจัยการซื้อซ้ำในฐานะตัวบ่งชี้ระดับ
ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร: กรณีศึกษาของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย.

ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง. 2544. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการชมบ้านควายไทย.
การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัด
กิจกรรม ถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัชรี ดวงแสงทอง. 2546. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการใช้ภาชนะบรรจุย่อยสลายได้ทาง
ชีวภาพจากมันสำปะหลังของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.
การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิเชษฐ ลากานุกุพัฒน์. 2545. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
รายงานการวิจัยกระบวนวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

"รัฐเตรียมจัดระเบียบธุรกิจ "สปา" ดึงนักท่องเที่ยว." 2546. ผู้จัดการ (4 สิงหาคม). [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.thai2trend.com>. 10 ตุลาคม 2546.

"เรียบง่ายสไตล์ Thai Spa." บทความแพทย์ทางเลือก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.siamhealthy.com>. 21 ตุลาคม 2546.

วิภาพร มหาชัย. 2544. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการ
เลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สปา ปัมเงิน 8 หมื่นล. ปี 48 ต้น 3 จุดขายบูมทัวร์สุขภาพเข้าไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tj.co.th>. 6 พฤศจิกายน 2546.

"สปาไทยโตพรวด วันหน้าคุณภาพ ร่วงมาตรการคุม." 2546. รายการคลื่นสามัญประจำบ้าน FM 97.5 MHz. (20 สิงหาคม). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.thai2trend.com>. 10 ตุลาคม 2546.

สมยศ นาวิการ. 2533. การบริหารเพื่อความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

สมาน มณีจันสุข. 2544. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการนวดแผนโบราณในเขตเทศบาลเมืองเชียงราย. รายงานการวิจัยกระบวนวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สินินาถ ดันตราพล. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.

อุดมศักดิ์ แนวจิตร. 2543. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีอุทยานแห่งชาติแจ้ห่ม. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Johnston, J. and Dinardo, J. *Econometric Method*. 4th ed. New York: McGraw-Hill, 1997. อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. การประเมินค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น (Estimation of Regression Models with Dummy Dependent Variables): เอกสารการสอนวิชาเศรษฐมิติ. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

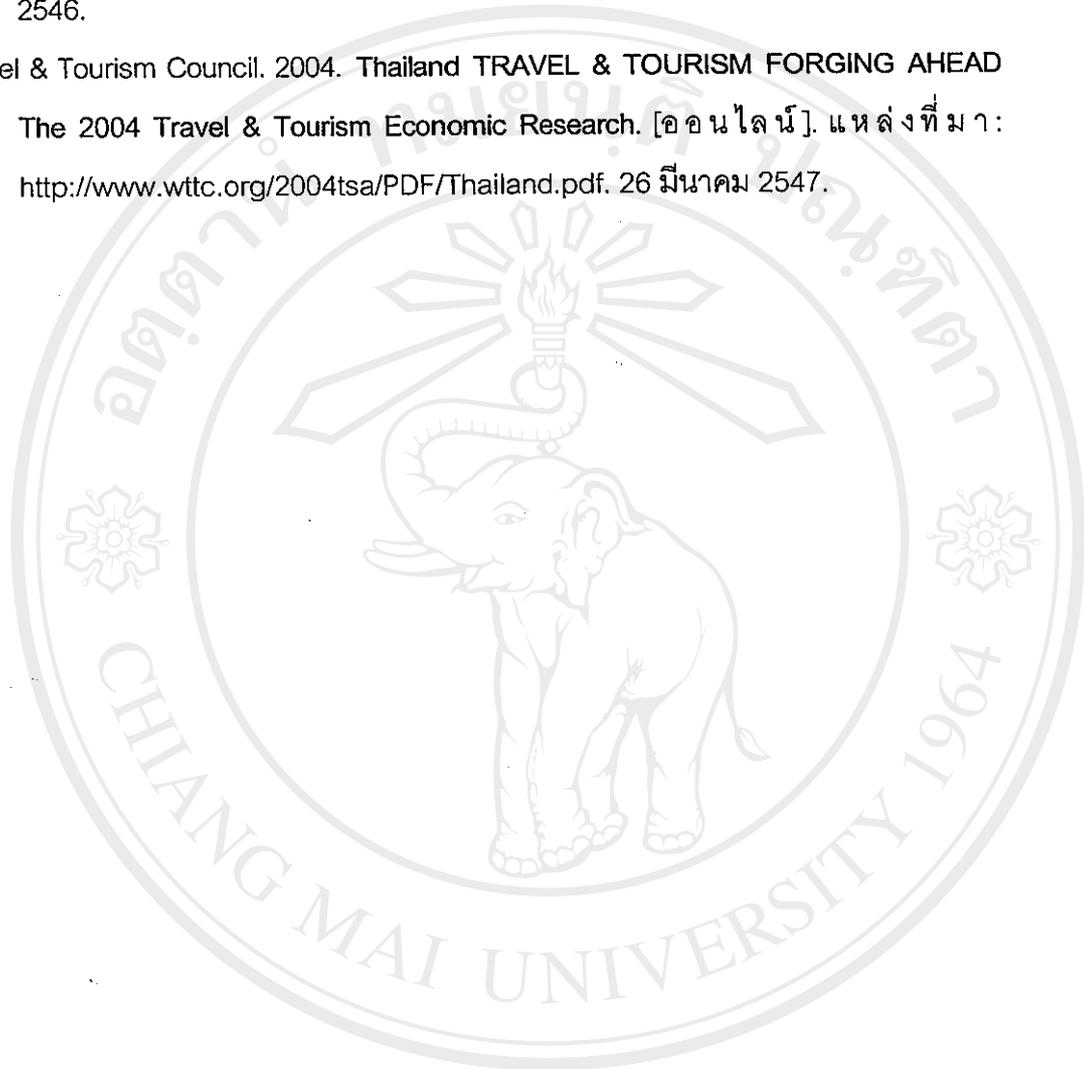
Kotler, Phillip and Armstrong, Gary. 1990. *Marketing: An Introduction*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ. ม.ป.ป. หลักการตลาด. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Maddala, G. *Limited Dependent and Qualitative Variables in Econometrics*. New York: Cambridge University Press, 1983. อ้างถึงใน ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. การประเมินค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น (Estimation of Regression Models with Dummy Dependent Variables): เอกสารการสอนวิชาเศรษฐมิติ. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

Parkin Michael. 1939. Microeconomics. 5th ed. Addison-Wesley.

Spa in Thailand. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.bemyguestthailand.com/thai>. 11 ตุลาคม 2546.

World Travel & Tourism Council. 2004. Thailand TRAVEL & TOURISM FORGING AHEAD
The 2004 Travel & Tourism Economic Research. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://www.wttc.org/2004tsa/PDF/Thailand.pdf>. 26 มีนาคม 2547.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาคผนวก ก

ร่าง

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข

เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมส่วย มาตรฐานของสถานที่
การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรอง
ให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมส่วย
ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.๒๕๐๙

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓ (๓) (ข) แห่งพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.๒๕๐๙
ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่...) พ.ศ..... อันเป็นพระราชบัญญัติที่มี
บทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๙ ประกอบกับ
มาตรา ๓๑ มาตรา ๓๕ มาตรา ๓๖ และมาตรา ๕๐ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติ
ให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข
โดยความเห็นชอบของรัฐสภาตราว่าการกระทรวงมหาดไทย ออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้ เพื่อเป็น
การส่งเสริมกิจการของสถานที่อาบน้ำ อบตัว และนวดตัว โดยมีผู้ให้บริการเพื่อสุขภาพ หรือ
เพื่อเสริมส่วยให้มีมาตรฐาน

ข้อ ๑ ในประกาศนี้

"สถานประกอบการ" หมายความว่า สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมส่วยที่ใช้ใน
การประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อสุขภาพ หรือกิจการนวดเพื่อเสริมส่วย ซึ่งกิจการ
ดังกล่าวไม่เข้าข่ายการประกอบโรคศิลปะตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ การประกอบ
วิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ หรือสถานพยาบาลกฎหมายว่าด้วย
สถานพยาบาล

"กิจการสปาเพื่อสุขภาพ" หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้าง
สุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพโดย

อาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัด และการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจน การแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ หรือไม่ก็ได้

“กิจการนวดเพื่อสุขภาพ” หมายความว่า การประกอบกิจการนวดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การดัด การดึง การประคบ หรือโดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

“กิจการนวดเพื่อเสริมสวย” หมายความว่า การประกอบกิจการนวดในสถานที่เฉพาะ เช่น ร้านเสริมสวยหรือแต่งผม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงามด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การประคบ การอบ หรือโดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้ไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

“ผู้ประกอบการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งเป็นเจ้าของสถานประกอบการที่ได้รับในรับรอง มาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการจากคณะกรรมการ

“ผู้ดำเนินการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน ประกาศนี้และทำหน้าที่ควบคุมดูแลบริการในสถานประกอบการ

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในประกาศ นี้และทำหน้าที่ให้บริการในสถานประกอบการ

“ใบรับรองมาตรฐาน” หมายความว่า ใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย

“ผู้ออกใบรับรอง” หมายความว่า อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือผู้ซึ่งอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพหรือผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมาย แล้วแต่กรณี

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถาน ประกอบการกลาง หรือคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานประจำจังหวัด แล้วแต่กรณี

หมวด ๑

สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย

ข้อ ๒ สถานที่เพื่อเสริมสวยตามมาตรา ๓ (๓) (ข) แห่งพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.๒๕๐๙ ได้แก่สถานประกอบการที่ดำเนินกิจการดังต่อไปนี้

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

สถานประกอบการที่ดำเนินกิจการตามวรรคหนึ่งต้องมีลักษณะของสถานที่ การบริการ และผู้ให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในประกาศนี้

หมวด ๒

มาตรฐานของสถานที่ การบริการ และผู้ให้บริการ

ส่วนที่ ๑

มาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

ข้อ ๓ มาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

- (๑) ตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวก ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่อยู่ใกล้ขีด ศาสนสถาน
- (๒) ในกรณีที่ใช้พื้นที่ประกอบกิจการสปา ในอาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่น ซึ่งมีใช้กิจการสถานบริการ ต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และกิจการอื่นนั้นต้องไม่กระทบกระเทือนต่อการให้บริการในกิจการสปาเพื่อสุขภาพนั้น
- (๓) พื้นที่สถานประกอบการจะต้องไม่อยู่ในพื้นที่เดียวกับสถานบริการตามกฎหมายว่า ด้วยสถานบริการ

(๔) กรณีสถานประกอบการ มีการให้บริการหลายลักษณะรวมอยู่ในอาคารเดียวกัน หรือสถานที่เดียวกัน จะต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจน และแต่ละสัดส่วนจะต้องมีพื้นที่และลักษณะตามมาตรฐานของการให้บริการแต่ละประเภท

(๕) การจัดบริเวณที่ให้บริการเฉพาะบุคคล ควรจัดบริเวณไม่ให้มีคิติดหรือลับตาจนเกินไป

(๖) พื้นที่ที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกสถานที่ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ต้องสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ

(๗) อาคารต้องทำด้วยวัสดุที่มั่นคง ถาวร ไม่ชำรุดและไม่มีคราบสิ่งสกปรก

(๘) บริเวณพื้นที่ที่มีการใช้น้ำในการให้บริการ พื้นควรทำด้วยวัสดุที่ทำความสะอาดง่าย และไม่ลื่น

(๙) จัดให้มีแสงสว่างที่เพียงพอในการให้บริการแต่ละพื้นที่

(๑๐) จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ

(๑๑) มีการจัดการสิ่งปฏิกูลมูลฝอยและน้ำเสียที่ถูกหลักสุขาภิบาล

(๑๒) มีการควบคุมพาหะนำโรคอย่างถูกหลักสุขาภิบาล

(๑๓) จัดให้มีห้องอาบน้ำ ห้องสั้วม อ่างล้างมือ ห้องผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้าและตู้เก็บเสื้อผ้าที่สะอาดถูกสุขลักษณะและปลอดภัยโดยแยกส่วนชาย-หญิง

(๑๔) จัดให้มีการตกแต่งสถานที่ที่เหมาะสม โดยจะต้องไม่มีลักษณะที่ทำให้เสื่อมเสีย ศีลธรรม หรือขัดต่อวัฒนธรรมและประเพณีอันดี

ข้อ ๔ มาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ดำเนินการคนหนึ่งเป็นผู้ควบคุมและรับผิดชอบในการดำเนินการสถานประกอบการนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์

(ข) มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย

(ค) มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับประกาศนียบัตรในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพหรือที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง หรือให้ความเห็นชอบ หรือมีประสบการณ์ทำงานในสถานประกอบการมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี

(ง) ผ่านการประเมินความรู้ ความสามารถ ตามที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางกำหนด

(จ) กรณีเคยเป็นผู้ดำเนินการมาก่อน แต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถจะต้องพ้นระยะเวลานับแต่วันที่ถูกเพิกถอนไม่น้อยกว่า ๒ ปี จึงจะขอประเมินความรู้ความสามารถใหม่ได้

(ฉ) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(ช) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

- ๑) โรคพิษสุราเรื้อรัง
- ๒) โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง
- ๓) โรคจิตร้ายแรง
- ๔) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการสถานประกอบการ

(ซ) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(ฅ) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๒) ผู้ดำเนินการต้องควบคุมดูแลกิจการของสถานประกอบการนั้นได้โดยใกล้ชิดและไม่เป็นผู้ดำเนินการสถานประกอบการแห่งอื่นอยู่ก่อนแล้ว

(๓) ในกรณีที่มีการเปลี่ยนผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ หรือผู้ดำเนินการขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้าม ผู้ประกอบการจะต้องจัดผู้ดำเนินการใหม่ และต้องแจ้งเป็นหนังสือให้กองการประกอบการโรคศิลปะสำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร หรือสำนักงานสาธารณสุขในจังหวัดเขตท้องที่ ทราบภายใน ๓๐ วันนับแต่วันที่มีการเปลี่ยนผู้ดำเนินการ ระหว่างที่ดำเนินการจัดหาผู้ดำเนินการใหม่ ก็ให้กิจการสปาเพื่อสุขภาพนั้นประกอบกิจการต่อไปได้ แต่ไม่เกิน ๓๐ วัน

ข้อ ๕ ผู้ดำเนินการมีหน้าที่และความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

(๑) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการให้บริการตามนโยบายและคู่มือปฏิบัติงานของสถานประกอบการแห่งนั้นโดยเคร่งครัด

(๒) จัดทำทะเบียนประวัติผู้ให้บริการและพนักงานพร้อมหลักฐานหรือประกาศนียบัตรที่แสดงว่าผู้ให้บริการได้ผ่านการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรืออบรมในหลักสูตรที่คณะกรรมการรับรอง

(๓) ทุกครั้งที่มีการจัดบริการรายการใหม่ หรือปรับปรุงบริการรายการใด ๆ ในแบบแสดงรายการ หรือมีการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จะต้องดำเนินการให้มีการจัดทำคู่มือปฏิบัติการสำหรับการบริการนั้น หรือจัดคู่มือการใช้ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผู้ให้บริการให้สามารถให้บริการนั้น ๆ ได้ตามคู่มือที่จัดทำขึ้น

- (๔) ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง
- (๕) ควบคุมดูแลมิให้มีการจัดสถานที่ รูป หรือสื่อชนิดอื่น ๆ เพื่อให้ผู้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้
- (๖) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการมิให้มีการลักลอบหรือมีการค้าหรือร่วมประเวณีหรือมีการกระทำหรือบริการที่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมและประเพณี
- (๗) ควบคุมดูแลการบริการ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ และเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะและใช้ได้อย่างปลอดภัย
- (๘) ห้ามมิให้ผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ
- (ก) รับผู้ที่มีอายุต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานเข้าทำงาน
- (ข) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการมีเมามาจนประพฤตินุญชาหรือครองสติไม่ได้เข้าไปอยู่ในสถานประกอบการระหว่างเวลาทำการ
- (ค) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติดในสถานประกอบการ
- (ง) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการนำอาวุธเข้าไปในสถานประกอบการโดยฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน
- (๙) ผู้ดำเนินการต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับแรงงานโดยเคร่งครัด
- (๑๐) ผู้ดำเนินการต้องดูแลสวัสดิภาพ ปลอดภัย และสวัสดิการในการทำงานของผู้ให้บริการ และต้องมีมาตรการป้องกันการถูกล่วงละเมิดจากผู้รับบริการ
- (๑๑) ผู้ดำเนินการต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานประกอบการนั้น

ข้อ ๖ ในกรณีที่มีการตรวจสอบพบว่า สถานประกอบการใดมีผู้ดำเนินการขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดในข้อ ๔ หรือไม่ดำเนินการตามที่กำหนดในข้อ ๕ ให้คณะกรรมการแจ้งต่อกระทรวงสาธารณสุขเพื่อพิจารณาเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถของผู้ดำเนินการ

ข้อ ๗ มาตรฐานผู้ให้บริการในกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์

(ข) ได้รับการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้จากหน่วยงานราชการ สถาบัน หรือสถานศึกษาตามที่คณะกรรมการรับรอง หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในกิจการสปาเพื่อสุขภาพมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี โดยมีหนังสือรับรองการทำงานจากสถานประกอบการและผ่านการทดสอบความรู้และประสบการณ์โดยคณะกรรมการ

(ค) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

๑) โรคพิษสุราเรื้อรัง

๒) โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง

๓) โรคจิตร้ายแรง

๔) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการสถานประกอบการ

(ง) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(จ) กรณีเคยเป็นผู้ให้บริการมาก่อน แต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถจะต้องเลยระยะเวลาเพิกถอนไม่น้อยกว่า ๒ ปี จึงจะขอประเมินความรู้ความสามารถใหม่ได้

(๒) ผู้ให้บริการมีหน้าที่ละข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

(ก) ให้บริการแก่ผู้รับบริการตามความรู้และความชำนาญตรงตามมาตรฐานวิชาชีพที่ได้ศึกษาอบรมมา

(ข) ไม่กลั่นแกล้ง ทำร้าย หรือก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้รับบริการ

(ค) เก็บความลับของผู้รับบริการ โดยไม่นำข้อมูลหรือเรื่องที่ได้ยินจากผู้รับบริการไปเปิดเผยจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้รับบริการหรือบุคคลอื่น

(ง) ไม่แสดงอาการขี้ขวง กระทบกาลมกอนาจาร หรือพูดจาในทำนองให้ผู้รับบริการเข้าใจว่าผู้ให้บริการต้องการมีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และต้องไม่มีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการหรือคำประเวณี

(จ) ไม่พูดจาหยอกล้อ หรือล้อเล่น หรือกระทำการใด ๆ อันมิใช่หน้าที่ที่จะต้องให้บริการกับผู้รับบริการ โดยต้องให้บริการด้วยอาการสุภาพ อ่อนโยน

(ฉ) ไม่ดื่มสุรา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือของมีเมา หรือยาเสพติด ในขณะที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการ

(ช) มีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ที่กระทำและไม่ลักขโมยทรัพย์สินของผู้รับบริการ

(ข) มีความรับผิดชอบต่อนองโดยการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง และไม่นำโรคติดต่อไปแพร่แก่ผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน

(ค) เป็นผู้ดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดี

ข้อ ๘ มาตรฐานการให้บริการในกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติตามประกาศนี้และห้ามมิให้นำผู้ที่ไม่ขาดคุณสมบัติมาให้บริการ

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

(๓) สถานประกอบการต้องมีลักษณะการให้บริการดังต่อไปนี้

(ก) เวลาเปิดทำการให้เริ่มบริการได้ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐ นาฬิกา และเวลาปิดทำการหรือให้บริการไม่เกิน ๒๒.๐๐ นาฬิกา

(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงทะเบียนประวัติผู้ให้บริการหรือพนักงานพร้อมหลักฐานหรือประกาศนียบัตรที่แสดงว่าผู้ให้บริการได้ผ่านการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรืออบรมในหลักสูตรที่คณะกรรมการรับรอง

(ค) ผู้ประกอบการต้องจัดทำทะเบียนประวัติผู้รับบริการไว้เป็นหลักฐานตามแบบฟอร์มที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด โดยต้องเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพที่ตรวจสอบได้ไม่น้อยกว่า ๕ ปี นับแต่วันที่จัดทำ

(ง) ห้ามมิให้มีการบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือของมีเมาทุกชนิดแก่พนักงานผู้ให้บริการ หรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่

(จ) การให้บริการจะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ การประกอบวิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

(ฉ) การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาการให้บริการของสถานประกอบการจะต้องไม่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่าสถานที่ดังกล่าวมีการให้บริการบำบัดรักษาพยาบาลอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย และข้อความโฆษณานั้นจะต้องไม่เป็นเท็จหรือโอ้อวดจนเกินความเป็นจริง

(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงรายการบริการ และอัตราค่าบริการไว้ในที่เปิดเผย และมองเห็นได้ง่าย หรือสามารถให้ตรวจสอบได้

(ค) ผู้ประกอบการต้องไม่จัดหรือยินยอมให้มีรูปแบบการให้บริการที่อาจเข้าข่าย หรือฝ่าฝืนกฎหมายสถานบริการหรือบริการที่จะต้องขออนุญาตเป็นพิเศษ เช่น การพนัน การแสดง ดนตรี การขับร้อง-คาราโอเกะ สก๊วกเกอร์ เดินรำ รำวง ตลอดจนจัดให้มีมหรสพอื่น ๆ เป็นต้น

(ง) ผู้ประกอบการต้องกำหนดให้มีเครื่องแบบสำหรับผู้ให้บริการ โดยเป็นเครื่องแบบ ที่รัดกุม สุภาพ สะอาดเรียบร้อย สะดวกต่อการปฏิบัติงานและต้องมีป้ายชื่อผู้ให้บริการติดไว้ที่หน้าอก ด้านซ้าย

ข้อ ๙ มาตรฐานความปลอดภัยในสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีชุดปฐมพยาบาลไว้ในสถานประกอบการ และพร้อมใช้งาน ได้ตลอดเวลาที่มีการให้บริการ

(๒) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีป้ายหรือข้อความเพื่อแสดงหรือเตือนให้ผู้รับบริการให้ ระมัดระวังอันตรายหรือบริเวณที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดอันตราย

(๓) ในกรณีที่กิจการสปาเพื่อสุขภาพ มีการจัดให้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ อ่างน้ำวน ให้บริการตลอดจนอุปกรณ์หรือบริการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดอันตรายไว้บริการ ผู้ประกอบการต้อง จัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์นั้นเป็นอย่างดี เป็น ผู้รับผิดชอบอุปกรณ์ และมีหน้าที่คอยตรวจตราดูแลการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวทั้งในขณะใช้งานและ หลังการใช้งาน

(๔) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีนาฬิกาที่สามารถมองเห็น อ่านเวลาได้โดยง่ายและชัดเจน จากจุดที่ผู้บริการกำลังใช้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ และอ่างน้ำวนอยู่ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการ สามารถควบคุมเวลาในการใช้อุปกรณ์ด้วยตนเองได้สะดวก

(๕) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบฉุกเฉินสำหรับบริการอบความร้อน อบไอน้ำและ อ่างน้ำวน ซึ่งสามารถหยุดการทำงานของอุปกรณ์ดังกล่าวได้โดยอัตโนมัติในทันที ที่เกิดจากภาวะ ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้รับบริการ และการเข้าถึงเพื่อใช้ระบบฉุกเฉินนั้นต้องสามารถกระทำได้โดย ง่ายและสะดวกในเวลาที่เกิดเหตุฉุกเฉินขึ้นทันที และต้องจัดสถานที่ให้สามารถเคลื่อนย้ายผู้รับ บริการได้ในกรณีฉุกเฉิน

(๖) ภายในบริเวณที่ให้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ อ่างน้ำวน และบ่อน้ำร้อน-น้ำเย็น ต้องมีเครื่องวัดอุณหภูมิและเครื่องควบคุมอุณหภูมิและเครื่องตั้งเวลาอัตโนมัติ เพื่อให้พนักงาน

ผู้รับผิดชอบอุปกรณ์สามารถปรับและควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในสภาวะที่ปลอดภัยสำหรับผู้รับบริการตลอดเวลา

(๗) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบคัดกรองผู้รับบริการที่อาจมีความเสี่ยงต่อการเข้าใช้บริการในแผนกต่าง ๆ โดยเฉพาะต้องไม่อนุญาตให้สตรีตั้งครรภ์ ผู้ใช้ยาบางประเภท ที่อาจเกิดปัญหาได้เมื่อเข้าใช้อุปกรณ์บางชนิด ผู้ที่เพิ่งจะดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือเมาสุรา ผู้ป่วยความดันโลหิตสูง ผู้ป่วยเบาหวานและผู้ป่วยโรคหัวใจเข้าใช้อุปกรณ์ เว้นแต่จะได้รับการสั่งให้ใช้อุปกรณ์จากแพทย์ผู้เกี่ยวข้อง

(๘) ผู้ประกอบการต้องดูแลและควบคุมคุณภาพน้ำที่ใช้สำหรับให้บริการไม่ว่าจะเป็นอ่างน้ำวน สระน้ำ หรืออุปกรณ์การใช้น้ำชนิดอื่นใดให้มีคุณสมบัติทางเคมีที่ปลอดภัยและไม่เป็นแหล่งแพร่เชื้อ

(๙) ผ้า อุปกรณ์และเครื่องมือทุกชนิดเมื่อใช้บริการแล้ว ต้องซักหรือล้างทำความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ ก่อนนำกลับมาใช้บริการครั้งต่อไป และในกรณีที่การให้บริการมีความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ เช่น การใช้ไม้หรืออุปกรณ์ที่ใช้ขีดหรือถูผิวหนังในบริการกดจุดฝ่าเท้า ต้องผ่านกรรมวิธีการฆ่าเชื้อที่สามารถฆ่าและควบคุมเชื้อได้ไม่น้อยกว่าเทคนิคการปลอดเชื้อทุกครั้งหลังการให้บริการ

(๑๐) ในกรณีที่ผู้ให้บริการอาจมีการหายใจรดบริเวณใบหน้าผู้รับบริการ เช่น ในการดูแลและนวดบริเวณใบหน้า ผู้ให้บริการต้องสวมอุปกรณ์ที่ถูกสุขลักษณะเพื่อป้องกันการหายใจรดบริเวณใบหน้าผู้รับบริการและการแพร่กระจายเชื้อระบบทางเดินหายใจไปสู่ผู้รับบริการ ในขณะที่มีการให้บริการทุกครั้ง

(๑๑) ผู้ประกอบการต้องมีการดำเนินการป้องกันการติดเชื้อที่เหมาะสม

(๑๒) ต้องมีระบบการป้องกันอัคคีภัยในสถานประกอบการตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม

อาคาร

ส่วนที่ ๒

มาตรฐานกิจการนวดเพื่อสุขภาพ

ข้อ ๑๐ มาตรฐานสถานที่ของกิจการนวดเพื่อสุขภาพ ให้มีดังต่อไปนี้

- (๑) ตั้งอยู่ในทำเลที่มีความสะดวก ปลอดภัยและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
- (๒) ในกรณีที่ใช้พื้นที่ประกอบกิจการนวดเพื่อสุขภาพ ในอาคารเดียวกับกิจการประกอบกิจการอื่นซึ่งมิใช่กิจการสถานบริการ ต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และกิจการอื่นนั้นต้องไม่กระทบกระเทือนต่อการให้บริการในกิจการนวดเพื่อสุขภาพ
- (๓) พื้นที่สถานประกอบการจะต้องไม่อยู่ในพื้นที่เดียวกับสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ
- (๔) กรณีสถานประกอบการมีการให้บริการหลายลักษณะรวมอยู่ในอาคารเดียวกันหรือสถานที่เดียวกัน จะต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจน และแต่ละสัดส่วนจะต้องมีพื้นที่และลักษณะตามมาตรฐานของการให้บริการแต่ละประเภท
- (๕) การจัดบริเวณที่ให้บริการเฉพาะบุคคล ควรจัดบริเวณไม่ให้มีติดชิดหรือลับตาจนเกินไป
- (๖) พื้นที่ที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกสถานที่ประกอบกิจการนวดเพื่อสุขภาพ ต้องสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ
- (๗) อาคารต้องทำด้วยวัสดุที่มั่นคง ถาวร ไม่ชำรุดและไม่มีคราบสิ่งสกปรก
- (๘) บริเวณพื้นที่ที่มีการใช้น้ำในการให้บริการ พื้นควรทำด้วยวัสดุที่ทำความสะอาดง่ายและไม่ลื่น
- (๙) จัดให้มีแสงสว่างที่เพียงพอในการให้บริการแต่ละพื้นที่
- (๑๐) จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ
- (๑๑) มีการจัดการสิ่งปฏิกูลมูลฝอยและน้ำเสียที่ถูกหลักสุขาภิบาล
- (๑๒) มีการควบคุมพาหะนำโรคอย่างถูกหลักสุขาภิบาล
- (๑๓) จัดให้มีห้องอาบน้ำ ห้องส้วม อ่างล้างมือ ห้องผลิตเปลี่ยนเสื้อผ้าและตู้เก็บเสื้อผ้าที่สะอาดถูกสุขลักษณะและปลอดภัย โดยแยกส่วนชาย-หญิง
- (๑๔) จัดให้มีการตกแต่งสถานที่ที่เหมาะสม โดยจะต้องไม่มีลักษณะที่ทำให้เสื่อมเสียศีลธรรม หรือขัดต่อวัฒนธรรมและประเพณีอันดี

ข้อ ๑๑ ผู้ประกอบการกิจการนวดเพื่อสุขภาพมีหน้าที่และความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

(๑) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการให้บริการตามนโยบายและคู่มือปฏิบัติงานของสถานประกอบการแห่งนั้นโดยเคร่งครัด

(๒) จัดทำทะเบียนประวัติผู้ให้บริการหรือพนักงานพร้อมหลักฐานหรือประกาศนียบัตรที่แสดงว่าผู้ให้บริการได้ผ่านการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรืออบรมในหลักสูตรที่คณะกรรมการรับรอง

(๓) ทุกครั้งที่มีการจัดบริการรายการใหม่หรือปรับปรุงบริการใด ๆ ในแบบแสดงรายการหรือมีการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการให้มีการจัดการจัดทำคู่มือปฏิบัติการสำหรับบริการนั้น ๆ หรือจัดทำคู่มือการใช้ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาให้ผู้ให้บริการให้สามารถให้บริการนั้น ๆ ตามคู่มือที่จัดทำขึ้น

(๔) ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

(๕) ควบคุมดูแลมิให้มีการจัดสถานที่ รูป หรือสื่อชนิดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้

(๖) ควบคุมและดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการมิให้มีการลักลอบหรือมีการค้าหรือร่วมประเวณีหรือมีการกระทำหรือบริการที่ขัดต่อกฎหมาย วัฒนธรรม ศีลธรรมและประเพณีอันดี

(๗) ควบคุมดูแลบริการ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ และเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะและใช้ได้อย่างปลอดภัย

(๘) ผู้ประกอบการต้องดูแลมิให้มีการกระทำความผิดต่อกฎหมายในสถานประกอบการรวมทั้งห้ามมิให้ผู้ประกอบการ

(ก) รับผู้ที่มีอายุต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานเข้าทำงาน

(ข) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการมึนเมาจนประพฤติน่าเกลียดหรือครองสติไม่ได้เข้าไปอยู่ในสถานประกอบการระหว่างเวลาทำการ

(ค) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้ซึ่งไม่มีหน้าที่ดูแลสถานประกอบการนั้นพักอาศัยหลับนอนในสถานประกอบการ

(ง) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการนำอาวุธเข้าไปในสถานประกอบการโดยฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน

(จ) บริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือของมึนเมาทุกชนิดแก่พนักงานผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่และยาเสพติดทุกชนิด

(ฉ) ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานโดยเคร่งครัด

(๑๐) ผู้ประกอบการต้องดูแลสวัสดิภาพ ความปลอดภัยและสวัสดิการในการทำงานของ ผู้ให้บริการและต้องมีมาตรการป้องกันการถูกล่วงละเมิดจากผู้รับบริการ

(๑๑) ผู้ประกอบการต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานประกอบการนั้น

ข้อ ๑๒ มาตรฐานผู้ให้บริการกิจการนวดเพื่อสุขภาพ มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์

(ข) ได้รับการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้จากหน่วยงานราชการ สถาบัน หรือ สถานศึกษาตามที่คณะกรรมการรับรอง หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในกิจการนวด เพื่อสุขภาพมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี โดยมีหนังสือรับรองการทำงานจากสถานประกอบการและ ต้องผ่านการทดสอบความรู้และประสบการณ์โดยคณะกรรมการ

(ค) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

๑) โรคพิษสุราเรื้อรัง

๒) โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง

๓) โรคจิตร้ายแรง

๔) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานหรือโรคติดต่อ

(ง) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(จ) กรณีเคยเป็นผู้ให้บริการมาก่อนแต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถ จะต้องเลยระยะเวลาเพิกถอนไม่น้อยกว่า ๒ ปี จึงจะขอประเมินความรู้ความสามารถใหม่ได้

(๒) ผู้ให้บริการมีหน้าที่และข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้

(ก) ให้บริการแก่ผู้รับบริการตามความรู้และความชำนาญตรงตามมาตรฐานวิชาชีพ ที่ได้ศึกษาอบรมมา

(ข) ไม่กลั่นแกล้ง ทำร้าย หรือก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้รับบริการ

(ค) เก็บความลับของผู้รับบริการโดยไม่นำข้อมูลหรือเรื่องที่ได้ยินจากผู้รับบริการ ไปเปิดเผยจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้มารับบริการหรือบุคคลอื่น

(ง) ไม่แสดงอาการขี้ขวง กระทบกาลมกอนาจาร หรือพูดจาในทำนองให้ผู้รับบริการ เข้าใจว่าผู้ให้บริการต้องการมีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และต้องไม่มีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการ หรือคำประณิน

(จ) ไม่พูดจาหยอกล้อหรือล้อเล่นหรือกระทำการใด ๆ อันมิใช่หน้าที่ที่จะต้องให้บริการกับผู้รับบริการ โดยต้องให้บริการด้วยอาการสุภาพ อ่อนโยน

(ฉ) ไม่ดื่มสุรา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือของมีเมา หรือยาเสพติด ในขณะที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการ

(ช) มีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ที่กระทำและไม่ลักขโมยทรัพย์สินของผู้รับบริการ

(ซ) มีความรับผิดชอบต่องานของตนเองโดยการดูแลสุภาพให้แข็งแรง และไม่นำโรคติดต่อไปแพร่แก่ผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน

(ฌ) ห้ามมิให้ผู้ให้บริการใส่เครื่องประดับหรือของมีค่าซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน

(ญ) เป็นผู้ดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดี

ข้อ ๑๓ มาตรฐานการบริการในสถานประกอบกิจการหมวดเพื่อสุขภาพ มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติตามประกาศนี้และห้ามมิให้นำผู้ที่ขาดคุณสมบัติมาให้บริการ

(๒) ผู้ประกอบการต้องจัดการบริการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานการบริการหมวดแต่ละประเภท

(๓) สถานประกอบการต้องมีลักษณะการให้บริการดังต่อไปนี้

(ก) เวลาเปิดทำการให้เริ่มบริการได้ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐ นาฬิกา และเวลาปิดทำการหรือให้บริการไม่เกิน ๒๒.๐๐ นาฬิกา

(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงทะเบียนประวัติผู้ให้บริการหรือพนักงานพร้อมหลักฐานหรือประกาศนียบัตรที่แสดงว่าผู้ให้บริการได้ผ่านการศึกษารอบรมในหลักสูตรที่คณะกรรมการรับรอง

(ค) ห้ามมิให้มีการบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือของมีเมาทุกชนิดแก่พนักงานผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่

(ง) การให้บริการจะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะการประกอบวิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

(จ) การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาการให้บริการของสถานประกอบการจะต้องไม่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่าสถานที่ดังกล่าวมีการให้บริการบำบัดรักษาพยาบาลอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย และข้อความโฆษณานั้นจะต้องไม่เป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความเป็นจริง

(ฉ) ผู้ประกอบการต้องแสดงรายการบริการและอัตราค่าบริการไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ง่าย หรือสามารถให้ตรวจสอบได้

(ช) ผู้ประกอบการต้องไม่จัดหรือยินยอมให้มีรูปแบบการให้บริการที่อาจเข้าข่ายหรือฝ่าฝืนกฎหมายสถานบริการหรือบริการที่จะต้องขออนุญาตเป็นพิเศษ เช่น การพนัน การแสดงดนตรี การขับร้อง-คาราโอเกะ สนุกเกอร์ เต้นรำ รำวง ตลอดจนจัดให้มีมหรสพอื่น ๆ เป็นต้น

(ซ) ผู้ประกอบการต้องกำหนดให้มีเครื่องแบบสำหรับผู้ให้บริการโดยเป็นเครื่องแบบที่รัดกุม สุภาพ สะอาดเรียบร้อย สะดวกต่อการปฏิบัติงาน และต้องมีป้ายชื่อผู้ให้บริการติดไว้ที่หน้าอกด้านซ้าย

ข้อ ๑๔ มาตรฐานความปลอดภัยในกิจการนวดเพื่อสุขภาพ มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการจะต้องจัดให้มีชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้ในสถานประกอบการและพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลาที่มีการให้บริการ

(๒) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีป้ายหรือข้อความเพื่อแสดงหรือเตือนให้ผู้รับบริการให้ระมัดระวังอันตรายหรือบริเวณที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยอันตราย

(๓) ในกรณีที่สถานประกอบการกิจการนวดเพื่อสุขภาพมีการจัดให้มีบริการอบความร้อน อบไอน้ำไว้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์หรือบริการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดอันตรายไว้บริการ ผู้ประกอบการ ต้องจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์นั้นเป็นอย่างดี เป็นผู้รับผิดชอบอุปกรณ์และมีหน้าที่คอยตรวจตราดูแลการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวทั้งในขณะใช้งานและหลังการใช้งาน

(๔) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีนาฬิกาที่สามารถมองเห็น อ่านเวลาได้โดยง่าย และชัดเจนจากจุดที่ผู้รับบริการกำลังใช้บริการอบความร้อน อบไอน้ำอยู่ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถควบคุมเวลาการใช้อุปกรณ์ด้วยตนเองได้โดยสะดวก

(๕) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบฉุกเฉินสำหรับบริการอบความร้อน อบไอน้ำ ซึ่งสามารถหยุดการทำงานของอุปกรณ์ดังกล่าวได้โดยอัตโนมัติในทันทีที่เกิดจากภาวะซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้ให้บริการ และการเข้าถึงเพื่อให้ระบบฉุกเฉินนั้นต้องสามารถกระทำได้อย่างง่ายและสะดวกในเวลาที่เกิดเหตุฉุกเฉินขึ้นทันที

(๖) ภายในบริเวณที่ให้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ ต้องมีเครื่องวัดอุณหภูมิ และเครื่องควบคุมอุณหภูมิและเครื่องตั้งเวลาอัตโนมัติ เพื่อให้บุคลากรผู้รับผิดชอบอุปกรณ์สามารถปรับและควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในสภาวะที่ปลอดภัยสำหรับผู้ให้บริการตลอดเวลา

(๗) ต้องระมัดระวังมิให้ผู้มีความเสี่ยงจากวัยหรือภาวะโรคประจำตัวมาใช้บริการ อันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

(๘) ผ้า อุปกรณ์และเครื่องมือทุกชนิดเมื่อให้บริการแล้ว ต้องซักหรือล้างทำความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ ก่อนนำกลับมาให้บริการครั้งต่อไป และในกรณีที่การให้บริการมีความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ เช่น การใช้ไม้หรืออุปกรณ์ที่ใช้ขีดหรือฉีดยาหนึ่งในบริการกดจุดฝ่าเท้า ต้องผ่านกรรมวิธีการฆ่าเชื้อที่สามารถฆ่าและควบคุมเชื้อได้ไม่น้อยกว่าเทคนิคการปลอดเชื้อทุกครั้งหลังการให้บริการ

(๙) ในกรณีที่ผู้ให้บริการอาจมีการหายใจรดบริเวณใบหน้าผู้รับบริการ เช่น ในการดูแลและนวดบริเวณใบหน้า ผู้ให้บริการต้องสวมอุปกรณ์ที่ถูกสุขลักษณะเพื่อป้องกันการหายใจรด ใบหน้าผู้รับบริการ และการแพร่กระจายเชื้อระบบทางเดินหายใจไปสู่ผู้รับบริการ ในขณะที่มีการให้บริการทุกครั้ง

(๑๐) ต้องมีการดำเนินการตามระบบป้องกันการติดเชื้ออย่างเหมาะสม

(๑๑) ต้องมีระบบป้องกันอัคคีภัยในสถานประกอบการตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

ส่วนที่ ๓

มาตรฐานกิจการนวดเพื่อเสริมสวย

ข้อ ๑๕ มาตรฐานสถานที่ของกิจการนวดเพื่อเสริมสวย ให้มีดังต่อไปนี้

- (๑) พื้นที่สถานประกอบการจะต้องไม่อยู่ในพื้นที่เดียวกับสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ
- (๒) กรณีสถานประกอบการ มีการให้บริการหลายลักษณะรวมอยู่ในอาคารเดียวกัน หรือสถานที่เดียวกัน จะต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจน และแต่ละสัดส่วนจะต้องมีพื้นที่และลักษณะตามมาตรฐานของการให้บริการแต่ละประเภท
- (๓) การจัดบริเวณที่ให้บริการเฉพาะบุคคล ควรจัดบริเวณไม่ให้มิดชิดหรือลับตาจนเกินไป
- (๔) พื้นที่ที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกสถานที่ประกอบกิจการนวดเพื่อเสริมสวย ต้องสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ
- (๕) อาคารต้องทำด้วยวัสดุที่มั่นคง ทนทาน ไม่ชำรุดและไม่มีคราบสิ่งสกปรก
- (๖) บริเวณพื้นที่ที่มีการใช้น้ำในการให้บริการ พื้นควรทำด้วยวัสดุที่ทำความสะอาดง่าย และไม่ลื่น
- (๗) จัดให้มีแสงสว่างที่เพียงพอในการให้บริการแต่ละพื้นที่
- (๘) จัดให้มีการระบายอากาศเพียงพอ
- (๙) มีการจัดการสิ่งปฏิกูลมูลฝอยและน้ำเสียที่ถูกหลักสุขาภิบาล
- (๑๐) จัดให้มีห้องอาบน้ำ ห้องส้วม อ่างล้างมือ ห้องผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้าและตู้เก็บเสื้อผ้าที่สะอาดถูกสุขลักษณะและปลอดภัย โดยแยกส่วนชาย-หญิง
- (๑๑) จัดให้มีการตกแต่งสถานที่ที่เหมาะสม โดยจะต้องไม่มีลักษณะที่ทำให้เสื่อมเสีย ศีลธรรม หรือขัดต่อวัฒนธรรมและประเพณีอันดี

ข้อ ๑๖ ผู้ประกอบการนวดเพื่อเสริมสวย ให้มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (๑) ผู้ประกอบการนวดเพื่อเสริมสวยจะต้องดูแลสุขภาพ ความปลอดภัยและสวัสดิการในการทำงานของผู้ให้บริการและต้องมีมาตรการป้องกันมิให้ผู้ให้บริการถูกล่วงเกิน ลวนลาม หรือทำร้ายจากผู้รับบริการ

(๒) ควบคุมดูแลให้มีการจัดการสถานที่ รูป หรือสื่อชนิดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้

(๓) ควบคุมดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการมิให้มีการลักลอบหรือมีการค้าประเวณีหรือมีการกระทำหรือบริการที่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมและประเพณี

(๔) ควบคุมและดูแลการบริการ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ และเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ถูกสุขลักษณะและใช้ได้อย่างปลอดภัย

(๕) ผู้ประกอบการต้องดูแลมิให้มีการกระทำความผิดต่อกฎหมายในสถานประกอบการรวมทั้งห้ามมิให้ผู้ประกอบการ

(ก) รับผู้ที่มีอายุต่ำกว่าที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงานเข้าทำงาน

(ข) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการมีนเมาจนประพุดิ่วนวาย หรือครองสติไม่ได้เข้าไปอยู่ในสถานประกอบการระหว่างเวลาทำการ

(ค) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้ซึ่งไม่มีหน้าที่ดูแลสถานประกอบการนั้นพักอาศัยหลับนอนในสถานประกอบการ

(ง) ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการนำอาวุธเข้าไปในสถานประกอบการโดยฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน

(จ) บริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือของมีนเมาทุกชนิดแก่พนักงานผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่และยาเสพติดทุกชนิด

(๖) ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับแรงงานโดยเคร่งครัด

(๗) ผู้ประกอบการต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานประกอบการนั้น

ข้อ ๑๗ มาตรฐานผู้ให้บริการในสถานประกอบการกิจการนวดเพื่อเสริมสวย ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

(ก) มีอายุไม่ต่ำกว่า ๒๐ ปีบริบูรณ์

(ข) ได้รับการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้จากหน่วยงานราชการ สถาบัน หรือสถานศึกษาตามที่คณะกรรมการรับรอง หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในกิจการนวดเสริมสวยมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี โดยมีหนังสือรับรองการทำงานจากสถานประกอบการและต้องผ่านการทดสอบความรู้และประสบการณ์โดยคณะกรรมการ

- (ค) ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้
- ๑) โรคพิษสุราเรื้อรัง
 - ๒) โรคติดเชื้อเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง
 - ๓) โรคจิตร้ายแรง
 - ๔) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานหรือโรคติดต่อในระยะร้ายแรง
- (ง) ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- (จ) กรณีเคยเป็นผู้ให้บริการมาก่อนแต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ความสามารถจะต้องเลยระยะเวลาเพิกถอนไม่น้อยกว่า ๒ ปี จึงจะขอประเมินความรู้ความสามารถใหม่ได้
- (๒) ผู้ให้บริการมีหน้าที่และข้อปฏิบัติดังต่อไปนี้
- (ก) ให้บริการแก่ผู้รับบริการตามความรู้และความชำนาญตรงตามมาตรฐานวิชาชีพที่ได้ศึกษาอบรมมา
 - (ข) ไม่กลั่นแกล้ง ทำร้าย หรือก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้รับบริการ
 - (ค) เก็บความลับของผู้รับบริการโดยไม่นำข้อมูลหรือเรื่องที่ได้ยินจากผู้รับบริการไปเปิดเผยจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้มารับบริการหรือบุคคลอื่น
 - (ง) ไม่แสดงอาการขี้ขลาด กระทำลามกอนาจาร หรือพูดจาในทำนองให้ผู้รับบริการเข้าใจว่าผู้ให้บริการต้องการมีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และต้องไม่มีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการหรือค้าประเวณี
 - (จ) ไม่พูดจาหยอกล้อหรือล้อเล่นหรือกระทำการใด ๆ อันมิใช่หน้าที่ที่จะต้องให้บริการกับผู้รับบริการ โดยต้องให้บริการด้วยอาการสุภาพ อ่อนโยน
 - (ฉ) ไม่ดื่มสุรา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือของมีนเมา หรือยาเสพติด ในขณะที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการ
 - (ช) มีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ที่กระทำและไม่ลักขโมยทรัพย์สินของผู้รับบริการ
 - (ซ) มีความรับผิดชอบต่อตนเองโดยการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง และไม่นำโรคติดต่อไปแพร่แก่ผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน
 - (ฌ) ห้ามมิให้ผู้ให้บริการใส่เครื่องประดับหรือของมีค่าซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน
 - (ญ) เป็นผู้ดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดี

ข้อ ๑๘ มาตรฐานการบริการในสถานประกอบการกิจการนวดเพื่อเสริมสวย ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีผู้ให้บริการในส่วนบริการนวดเพื่อเสริมสวยที่มีคุณสมบัติตามประกาศนี้และห้ามมิให้นำผู้ที่ขาดคุณสมบัติมาให้บริการ

(๒) ผู้ประกอบการต้องจัดการบริการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานการบริการนวดเพื่อเสริมสวยแต่ละประเภท

(๓) สถานประกอบการต้องมีลักษณะการให้บริการดังต่อไปนี้

(ก) เวลาเปิดทำการให้เริ่มบริการได้ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐ นาฬิกา และเวลาปิดทำการหรือให้บริการไม่เกิน ๒๐.๐๐ นาฬิกา

(ข) ผู้ประกอบการต้องแสดงทะเบียนประวัติผู้ให้บริการหรือพนักงานพร้อมหลักฐานหรือประกาศนียบัตรที่แสดงว่าผู้ให้บริการได้ผ่านการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรืออบรมในหลักสูตรที่คณะกรรมการรับรอง

(ค) ห้ามมิให้มีการบริการเครื่องสำอางที่มีแอลกอฮอล์หรือของมีคมทุกชนิดแก่พนักงานผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการและต้องถือเป็นเขตปลอดบุหรี่

(ง) การให้บริการจะต้องไม่เป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ การประกอบวิชาชีพอื่นตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพทางการแพทย์ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล และกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

(จ) การประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาการให้บริการของสถานประกอบการ จะต้องไม่ทำให้บุคคลทั่วไปเข้าใจว่าสถานที่ดังกล่าวมีการให้บริการบำบัดรักษาพยาบาลอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย และข้อความโฆษณานั้นจะต้องไม่เป็นเท็จหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นจริง

(ฉ) ผู้ประกอบการต้องแสดงรายการบริการ และอัตราค่าบริการไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ง่าย หรือสามารถให้ตรวจสอบได้

(ช) ผู้ประกอบการต้องไม่จัดหรือยินยอมให้มีรูปแบบการให้บริการที่อาจเข้าข่ายหรือฝ่าฝืนกฎหมายสถานบริการหรือบริการที่จะต้องขออนุญาตเป็นพิเศษ เช่น การพนัน การแสดงดนตรี การขับร้อง-คาราโอเกะ สนุกเกอร์ เต้นรำ รำวง ตลอดจนจัดให้มีมหรสพอื่น ๆ เป็นต้น

(ซ) ผู้ประกอบการต้องกำหนดให้มีเครื่องแบบสำหรับผู้ให้บริการโดยเป็นเครื่องแบบที่รัดกุม สุภาพ สะอาดเรียบร้อย สะดวกต่อการปฏิบัติงาน และต้องมีป้ายชื่อผู้ให้บริการติดไว้ที่หน้าอกด้านซ้าย

ข้อ ๑๙ มาตรฐานความปลอดภัยในสถานประกอบการกิจการนวดเพื่อเสริมสวย ให้มีดังต่อไปนี้

(๑) สถานประกอบการจะต้องจัดให้มีชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้ในสถานประกอบการ และพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลาที่มีการให้บริการ

(๒) ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีป้ายหรือข้อความเพื่อแสดงหรือเตือนให้ผู้รับบริการให้ระมัดระวังอันตรายหรือบริเวณที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยอันตราย

(๓) ในกรณีที่สถานประกอบการ มีการจัดให้มีบริการอบความร้อน อบไอน้ำไว้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์หรือบริการอื่นใดอันอาจก่อให้เกิดอันตรายไว้บริการ ต้องจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจและความชำนาญในการใช้อุปกรณ์นั้นเป็นอย่างดี เป็นผู้รับผิดชอบอุปกรณ์ และมีหน้าที่คอยตรวจตราดูแลการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวทั้งในขณะใช้งานและหลังการใช้งาน

(๔) สถานประกอบการต้องจัดให้มีนาฬิกาที่สามารถมองเห็น อ่านเวลาได้โดยง่ายและชัดเจน จากจุดที่ผู้รับบริการกำลังใช้บริการอบความร้อน อบไอน้ำอยู่ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถควบคุมเวลาการใช้อุปกรณ์ด้วยตนเองได้โดยสะดวก

(๕) สถานประกอบการต้องจัดให้มีระบบฉุกเฉินสำหรับบริการอบความร้อน อบไอน้ำ ซึ่งสามารถหยุดการทำงานของอุปกรณ์ดังกล่าวได้โดยอัตโนมัติในทันที ที่เกิดจากภาวะซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อผู้ให้บริการ และการเข้าถึงเพื่อใช้ระบบฉุกเฉินนั้นต้องสามารถกระทำได้โดยง่าย และสะดวกในเวลาที่เกิดเหตุฉุกเฉินขึ้นทันที

(๖) ภายในบริเวณที่ให้บริการอบความร้อน อบไอน้ำ ต้องมีเครื่องวัดอุณหภูมิและเครื่องควบคุมอุณหภูมิและเครื่องตั้งเวลาอัตโนมัติ เพื่อให้บุคลากรผู้รับผิดชอบอุปกรณ์สามารถปรับและควบคุมอุณหภูมิให้อยู่ในสภาวะที่ปลอดภัยสำหรับผู้ให้บริการตลอดเวลา

(๗) ต้องระมัดระวังมิให้ผู้มีความเสี่ยงจากวัย หรือภาวะโรคประจำตัวมาใช้บริการ อันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

(๘) ผ้าและอุปกรณ์ทุกชนิดเมื่อให้บริการแล้ว ต้องซักหรือล้างทำความสะอาดอย่างถูกสุขลักษณะ ก่อนนำกลับมาให้บริการครั้งต่อไป และในกรณีที่การให้บริการมีความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ เช่น การใช้ไม้หรืออุปกรณ์ที่ใช้ขัดหรือขูดผิวหนังในบริการกดจุดฝ่าเท้า ต้องผ่านกรรมวิธีการฆ่าเชื้อที่สามารถฆ่าและควบคุมเชื้อได้ไม่น้อยกว่าเทคนิคการปลอดเชื้อทุกครั้งหลังการให้บริการ

(๙) ในกรณีที่ผู้ให้บริการอาจมีการหายใจรดบริเวณใบหน้าผู้รับบริการ เช่น ในการดูแลและนวดบริเวณใบหน้า ผู้ให้บริการต้องสวมอุปกรณ์ที่ถูกต้องลักษณะเพื่อป้องกันการหายใจรด

ผู้รับบริการและการแพร่กระจายเชื้อระบบทางเดินหายใจไปสู่ผู้รับบริการ ในขณะที่มีการให้บริการ
ทุกครั้ง

(๑๐) ต้องมีระบบป้องกันอัคคีภัยในสถานประกอบการตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม
อาคาร

หมวด ๓

หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบ
เพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ส่วนที่ ๑

คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการ

ข้อ ๒๐ ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐาน
สถานประกอบการกลาง ประกอบด้วย อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเป็นประธาน ผู้แทน
กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ผู้แทนกรมอนามัย ผู้แทนกรมการแพทย์
ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผู้แทนกองบัญชาการตำรวจนครบาล ผู้แทน
กรมการปกครอง ผู้แทนสำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร เป็นกรรมการ

ให้ผู้อำนวยการกองการประกอบโรคศิลป์เป็นกรรมการและเลขานุการ

ข้อ ๒๑ สถานประกอบการให้มีคณะกรรมการแต่ละจังหวัดเรียกว่า คณะกรรมการตรวจ
และประเมินมาตรฐานสถานประกอบการประจำจังหวัด ประกอบด้วย นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด
เป็นประธาน ผู้แทนที่ทำการปกครองจังหวัด ผู้แทนกลุ่มงานการส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น
ผู้แทนกองบังคับการตำรวจภูธรจังหวัด ผู้แทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เป็นกรรมการ

ให้หัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เป็นกรรมการและ
เลขานุการ

ข้อ ๒๒ ให้คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (๑) พิจารณาคำร้องขอใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ
- (๒) ตรวจสอบลักษณะและมาตรฐานของสถานประกอบการและการบริการและผู้ให้บริการ
- (๓) เสนอความเห็นต่อผู้ออกใบรับรองในการพิจารณาออกใบรับรองมาตรฐาน
- (๔) เสนอความเห็นต่อผู้ออกใบรับรองเพื่อเพิกถอนใบรับรองมาตรฐานกรณีสถาน

ประกอบการมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

- (๕) พิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับสถานประกอบการ
 - (๖) แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารด้วยวิธีการใด ๆ ตามที่เห็นสมควร เพื่อมิให้ประชาชนหลงเข้าใจผิดซึ่งอาจเป็นอันตรายเนื่องจากการจัดบริการในสถานประกอบการ
 - (๗) แต่งตั้งคณะอนุกรรมการ เพื่อกระทำการใด ๆ อันอยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ
 - (๘) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่ประกาศกำหนดไว้ให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ
 - (๙) พิจารณาหรือดำเนินการในเรื่องอื่นตามที่รัฐมนตรีหรือผู้ออกใบรับรองมอบหมาย
- คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางให้มีอำนาจและหน้าที่ทั่วราชอาณาจักร สำหรับคณะกรรมการประจำจังหวัดให้มีอำนาจและหน้าที่เฉพาะในเขตจังหวัด

ข้อ ๒๓ นอกจากอำนาจตามข้อ ๒๒ ให้คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางมีอำนาจเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

- (๑) สอบความรู้อื่นที่ขึ้นทะเบียนรับรองผู้ดำเนินการ
- (๒) รับรองสถานศึกษา สถานบันเทิงผลิตพนักงานผู้ให้บริการ
- (๓) ให้ข้อแนะนำต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนหลักเกณฑ์และวิธีการตามประกาศฉบับนี้

ข้อ ๒๔ การประชุมของคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการมาประชุม ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของคณะกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

ถ้าประธานกรรมการไม่มาหรือไม่อยู่ในที่ประชุม ให้ที่ประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานที่ประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าลงคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งเสียงเป็นเสียงชี้ขาด

ส่วนที่ ๒

การออกและการเพิกถอนใบรับรองมาตรฐาน

ข้อ ๒๕ ในกรณีที่ผู้ประกอบการกิจการสถานประกอบการประสงค์จะขอใบรับรองมาตรฐานให้ยื่นคำขอรับใบรับรองมาตรฐานในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ยื่น ณ กองการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ในส่วนภูมิภาคให้ยื่น ณ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานประกอบการนั้น การขอ การออกใบรับรองและการประกอบกิจการสถานประกอบการประเภทใด ให้เป็นไปตามมาตรฐานของสถานประกอบการประเภทนั้นตามที่กำหนด

ในกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าหรือมีผู้ร้องเรียนว่าสถานประกอบการใดไม่มีมาตรฐานของสถานที่ การบริการ หรือผู้ให้บริการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในประกาศนี้ ให้คณะกรรมการดำเนินการตรวจสอบเพื่อการดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในประกาศนี้

ข้อ ๒๖ ผู้ประกอบการที่ยื่นขอใบรับรองมาตรฐานต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังนี้

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

ในกรณีที่นิติบุคคลเป็นผู้ขอรับใบรับรองมาตรฐาน ผู้แทนของนิติบุคคลนั้นต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามวรรคหนึ่งด้วย

ข้อ ๒๗ ในกรณีที่ได้รับคำร้องขอใบรับรองมาตรฐาน ให้เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบหลักฐานและเสนอความเห็นแก่คณะกรรมการเพื่อพิจารณาภายใน ๓๐ วัน นับแต่วันที่รับคำร้องขอใบรับรองมาตรฐาน

คณะกรรมการจะต้องทำการตรวจลักษณะและมาตรฐานของสถานประกอบการและการให้บริการและเสนอความเห็นต่อผู้ออกใบรับรองภายใน ๙๐ วัน นับแต่วันที่รับคำร้องขอใบรับรองจากเลขานุการคณะกรรมการ

ผู้ที่ออกใบรับรองต้องพิจารณาออกหรือไม่ออกใบรับรองมาตรฐานภายใน ๑๐ วัน นับแต่วันที่รับเรื่องจากคณะกรรมการ

ข้อ ๒๘ ในการพิจารณาออกใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการของผู้ออกใบรับรอง จะต้องปรากฏว่าผู้ขอใบรับรองหรือมาตรฐานผู้ประกอบการได้จัดให้มีกรณีดังต่อไปนี้

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

ข้อ ๒๙ ให้คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานของสถานประกอบการอย่างน้อย ปีละ ๑ ครั้ง

เมื่อคณะกรรมการได้ตรวจและประเมินมาตรฐานแล้วมีความเห็นเป็นประการใด ให้คณะกรรมการแจ้งผลต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.๒๕๐๙ ได้ทราบด้วย

ข้อ ๓๐ ใบรับรองมาตรฐานให้มีอายุ ๑ ปี นับแต่วันที่ออกใบรับรอง สถานประกอบการใดประสงค์จะต่ออายุใบรับรอง จะต้องยื่นคำขอรับรองใบรับรองมาตรฐานภายใน ๓๐ วันก่อนใบรับรองเดิมสิ้นอายุและให้คณะกรรมการดำเนินการตรวจและประเมินมาตรฐาน เพื่อพิจารณาออกใบรับรองใหม่ เมื่อได้ยื่นคำร้องขอใบรับรองใหม่แล้ว ให้ถือว่าสถานประกอบการนั้นมีมาตรฐานเป็นไปตามประกาศนี้จนกว่าผู้ออกใบรับรองจะมีหนังสือแจ้งไม่ต่ออายุใบรับรองพร้อมด้วยเหตุผล ทั้งนี้ให้คณะกรรมการแจ้งผลต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.๒๕๐๙ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบด้วย

ข้อ ๓๑ ในระหว่างการดำเนินการ หากสถานประกอบการใดดำเนินการผิดไปจากมาตรฐานที่กำหนดหรือดำเนินการขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดี ให้คณะกรรมการดำเนินการแจ้งให้แก้ไข ว่ากล่าว ตักเตือน หรือเสนอเพิกถอนใบรับรองมาตรฐานตามแต่กรณี

ในกรณีที่มีการแจ้งให้แก้ไข ให้กำหนดระยะเวลาตามสมควรแต่ต้องไม่เกิน ๙๐ วัน

ข้อ ๓๒ สถานประกอบการที่ได้รับการรับรองแล้วต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานประกอบการนั้น

ประกาศ ณ วันที่

พ.ศ.

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ข

รายชื่อของสถานประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่

1. Amy Massage & Spa
300 ถ.เชียงใหม่แลนด์ ต.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100
โทรศัพท์ 0 5320 4655
2. Angsana Spa Green View
183/1 ถ.โชตนา ต.แม่สา อ.แมริม จ.เชียงใหม่ 50180
โทรศัพท์ 0 5329 7716
3. Aromavera Spa
A6-A9 อาคารโชตนามอลล์ ถ.ช้างเผือก ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5341 0239
4. Artist Beauty & Day Spa
333/1 ถ.สุขเกษม ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5322 6690
5. Ban Lub Lae Health & Spa (Chiang Mai)
55 ถ.สายเกาะกลาง ต.หนองหอย อ.เมือง จ.เชียงใหม่
โทรศัพท์ 0 5380 1453-4
6. Ban Sabai Spa – Chiang Mai Town
17/7 ถ.เจริญประเทศ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100
โทรศัพท์ 0 5328 5204-6
7. Ban Sabai Spa – Village
216 หมู่ 9 ต.สันผีเสื้อ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300
โทรศัพท์ 0 5385 4778-9
8. Bann Klang Doi Hotel Resort & Spa
190 หมู่ 4 ถ.หางดง-สะเมือง ต.บ้านโป่ง อ.หางดง จ.เชียงใหม่ 50230
โทรศัพท์ 0 5336 5306-7

9. Beauty & Spa
129/1-4 ถ.มุลเมือง ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5321 1345
10. Belle Villa Resort Spa
135 หมู่ 5 ต.บ้านโป่ง อ.หางดง จ.เชียงใหม่ 50230
โทรศัพท์ 0 5336 5318-21
11. Chiang Mai Ancient Spa
201 หมู่ 1 ต.สบแม่ก๊ะ อ.หางดง จ.เชียงใหม่ 50230
โทรศัพท์ 0 5336 8807-8
12. Chur Medical Spa
265 ถ.ช้างม่อย อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ 0 5323 3923
13. Garden Spa
85 ซ.สุขเกษม 2 ซ้างโรงพยาบาลลานนา อ.เมือง จ.เชียงใหม่
โทรศัพท์ 0 5340 9703-5
14. Grand Silver Spa & Sauna Complex
Silversand House Apt. 11 ถ.ตรัสวงส์ ต.ฟ้าฮ่าม อ.เมือง จ.เชียงใหม่
โทรศัพท์ 0 5324 3992
15. Jirung Spa of Eternity / Sanctuary Point Spa
99 หมู่ 7 ต.ริมใต้ อ.แมริม จ.เชียงใหม่ 50180
โทรศัพท์ 0 5386 1511-3
16. Kalavek Health & Beauty Spa
อาคารวังคำ 11 ถ.นิมมานเหมินท์ ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5389 5187-9
17. Lanna Spa (The Regent Chiang Mai Resort & Spa)
โรงแรมริเจนท์ ถ.สะเมิงสายเก่า ต.ริมใต้ อ.แมริม จ.เชียงใหม่ 50180
โทรศัพท์ 0 5329 8181

18. Life Up Long Stay
205 หมู่ 9 ต.หนองทาน อ.สันทราย จงเชียงใหม่ 50290
โทรศัพท์ 0 5384 4665
19. Louis Body Herb & Spa
9/4 ถ.สามล้าน ซ.1 ต.พระสิงห์ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5381 4323
20. Northern Heritage Resort & Spa
ตู้ ป.ณ.14 อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130
โทรศัพท์ 0 5338 1000-11
21. Padma Aroma Spa
201-206 ถ.เจริญราษฎร์ ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ 0 5324 8358
22. Pure Spa
247 ถ.มหิดล ต.ช้างคลาน ใกล้สี่แยกแอร์พอร์ต อ.เมือง จ.เชียงใหม่
โทรศัพท์ 0 5328 1283-4
23. Richy Spa & Beauty
ถ.หมื่นด้ามพร้าคต ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่
โทรศัพท์ 0 5341 2516
24. Roong Aroon Hot Spring Spa Resort
108 หมู่ 7 ต.บ้านสหกรณ์ อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่ 50130
โทรศัพท์ 0 5324 8491
25. Siam Spa Health & Beauty
เชียงใหม่พลาซ่า B 210 ชั้น 2, 100/1 ถ.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5341 0239
26. Sinativa Swiss Natural Skincare Spa Club
22/1 ถ.นิมมานเหมินท์ ซอย 9 อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5321 7928

27. Spa House Healing & Beauty
84/2 ถ.ศรีดอนไชย ต.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่
โทรศัพท์ 0 5381 8284
28. Suan Bua Garden Spa
158 หมู่ 3 ถ.หางดง-สะเมิง ต.บ้านโป่ง อ.หางดง จ.เชียงใหม่ 50230
โทรศัพท์ 0 5336 5270-9
29. Tao Garden Healing Arts Resort & Spa
274/1 หมู่ 7 ต.หลวงเหนือ อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ 50220
โทรศัพท์ 0 5349 5596-9
30. Thai Health Spa & Traditional Massage Institute
250 ถ.มหิดล ต.ป่าแดด อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ 0 5320 2269-70
31. The Chiang Mai Oasis Spa
102 ถ.ศิริมงคลาจารย์ ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ 0 5322 7494
32. The Healing Rishi Spa
89 หมู่ 7 ต.หนองหอย อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
โทรศัพท์ 0 5384 4828
33. The Imperial Chiang Mai Resort Spa
284 หมู่ 3 ต.ดอนแก้ว อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ 50180
โทรศัพท์ 0 5329 8326-30
34. The Paradise Spa Resort & Restaurant
43/1 หมู่ 6 ต.แม่แรม อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ 50180
โทรศัพท์ 0 5386 0463-4

ที่มา: 1.สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่
2.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่

ภาคผนวก ค

International Tourist Arrivals to Thailand by Country of Residence and Nationality

January - December 2003

Country	Nationality			Residence						
	Number	% Share	Δ (%)	Overseas Thai (A)		Foreigners (B)		Number	% Share	Δ (%)
				Number	% Share	Δ (%)	Number			
East Asia	5,776,358	57.74	- 7.37	33,259	42.83	+ 0.43	6,166,460	61.64	- 5.59	
ASEAN	2,504,231	25.03	+ 1.20	8,499	10.94	+ 1.13	2,646,003	26.45	+ 1.20	
Brunei	8,863	0.09	- 12.50	450	0.58	+ 5.63	17,244	0.17	+ 25.37	
Cambodia	65,502	0.65	- 6.68	326	0.42	- 1.21	73,868	0.74	- 6.75	
Indonesia	168,568	1.68	+ 2.38	312	0.40	+ 3.65	167,414	1.67	+ 1.47	
Laos	100,747	1.01	+ 11.06	108	0.14	+ 13.68	104,468	1.04	+ 11.07	
Malaysia	1,354,295	13.54	+ 1.65	1,569	2.02	+ 3.91	1,338,624	13.38	+ 3.28	
Myanmar	32,702	0.33	- 9.44	179	0.23	- 1.65	37,180	0.37	- 12.03	
Philippines	140,371	1.40	+ 0.72	397	0.51	- 4.11	143,015	1.43	+ 0.05	
Singapore	515,630	5.15	- 5.70	4,702	6.05	+ 0.34	629,103	6.29	- 7.93	
Vietnam	117,553	1.18	+ 39.58	456	0.59	- 0.87	135,087	1.35	+ 37.85	

Country	Nationality			Residence					
	Number	% Share	Δ (%)	Overseas Thai (A)			Foreigners (B)		
				Number	% Share	Δ (%)	Number	% Share	Δ (%)
China	606,635	6.06	-23.98	709	0.91	+24.60	624,214	6.24	-18.20
Hong Kong	411,242	4.11	+22.46	7,538	9.71	-1.59	649,920	6.50	+23.53
Japan	1,042,349	10.42	-15.90	11,774	15.16	+7.34	1,014,513	10.14	-17.00
Korea	695,313	6.95	-1.32	694	0.89	+19.04	694,340	6.94	-3.13
Taiwan	501,573	5.01	-25.62	3,975	5.12	-18.19	521,941	5.22	-22.52
Others	15,015	0.15	+58.14	70	0.09	-5.41	15,529	0.16	+3.93
South Asia	407,041	4.07	-0.77	-729	0.94	+16.45	390,335	3.90	-0.10
Bangladesh	53,421	0.53	+48.69	137	0.18	+16.10	57,651	0.58	+40.12
India	253,752	2.54	-9.58	474	0.61	+29.86	230,316	2.30	-9.01
Nepal	19,909	0.20	-0.12	27	0.03	+35.00	22,397	0.22	-2.63
Pakistan	31,315	0.31	+0.22	34	0.04	+21.43	30,894	0.31	+3.32
Sri Lanka	38,483	0.38	+21.59	45	0.06	-22.41	38,309	0.38	+18.09
Others	10,161	0.10	-6.00	12	0.02	-67.57	10,768	0.11	-3.39

Country	Nationality			Residence					
	Number	% Share	Δ (%)	Overseas Thai (A)			Foreigners (B)		
				Number	% Share	Δ (%)	Number	% Share	Δ (%)
Europe	2,517,197	25.16	- 5.05	27,753	35.74	+ 13.55	2,256,160	22.55	- 7.94
Austria	53,646	0.54	- 0.69	885	1.14	+ 26.25	46,717	0.47	- 2.81
Belgium	52,052	0.52	- 8.46	206	0.27	+ 0.98	50,772	0.51	- 9.62
Denmark	82,828	0.83	- 8.46	1,597	2.06	+ 5.48	78,587	0.79	- 7.13
Finland	66,513	0.66	- 0.39	551	0.71	+ 22.17	62,509	0.62	- 2.50
France	237,690	2.38	- 12.42	1,432	1.84	+ 24.85	219,227	2.19	- 13.51
Germany	386,532	3.86	- 5.96	10,651	13.72	+ 9.49	378,642	3.78	- 6.10
Italy	97,526	0.97	- 24.57	423	0.54	- 0.70	92,656	0.93	- 26.59
Netherlands	138,839	1.39	- 7.53	1,656	2.13	+ 6.02	129,211	1.29	- 8.34
Norway	71,885	0.72	- 3.65	682	0.88	+ 19.02	70,694	0.71	- 5.67
Russia	89,329	0.89	+ 26.36	57	0.07	+ 35.71	90,665	0.91	+ 31.44
Spain	31,526	0.32	- 33.53	77	0.10	+ 30.51	31,850	0.32	- 34.32
Sweden	204,002	2.04	- 5.51	1,438	1.85	+ 11.65	209,444	2.09	- 5.17
Switzerland	107,896	1.08	- 9.20	2,746	3.54	+ 18.77	113,581	1.14	- 10.01
United Kingdom	736,520	7.36	+ 4.56	5,087	6.55	+ 21.26	545,000	5.45	- 4.35
East Europe	62,983	0.63	- 13.60	35	0.05	+ 12.90	57,985	0.58	- 11.29
Others	97,430	0.97	- 16.17	230	0.30	+ 10.58	78,620	0.79	- 20.86

Country	Nationality			Residence					
	Number	% Share	Δ (%)	Overseas Thai (A)			Foreigners (B)		
				Number	% Share	Δ (%)	Number	% Share	Δ (%)
The Americas	679,210	6.79	- 7.01	9,558	12.31	- 4.91	576,589	5.76	- 9.93
Argentina	2,348	0.02	- 30.90	0	0.00	+ 0.00	1,585	0.02	- 33.40
Brazil	6,784	0.07	- 24.29	4	0.01	+ 0.00	4,656	0.05	- 15.88
Canada	137,963	1.38	+ 1.69	245	0.32	+ 11.87	97,616	0.98	- 3.70
USA	514,863	5.15	- 7.29	9,303	11.98	- 5.33	459,862	4.60	- 9.80
Others	17,252	0.17	- 36.16	6	0.01	+ 0.00	12,870	0.13	- 38.77
Middle East	187,629	1.88	- 23.67	2,356	3.03	+ 13.65	203,878	2.04	- 25.27
Egypt	5,264	0.05	- 31.80	28	0.04	+ 75.00	5,209	0.05	- 30.44
Israel	69,837	0.70	- 29.24	64	0.08	- 1.54	64,650	0.65	- 34.45
Kuwait	19,977	0.20	- 20.89	147	0.19	+ 14.84	21,264	0.21	- 25.25
Saudi Arabia	4,849	0.05	- 29.58	199	0.26	- 42.49	9,886	0.10	- 30.64
U.A.E.	22,914	0.23	- 13.74	1,224	1.58	+ 25.93	39,317	0.39	- 9.72
Others	64,788	0.65	- 19.73	694	0.89	+ 27.11	63,552	0.64	- 20.99

Country	Nationality			Residence					
	Number	% Share	Δ (%)	Overseas Thai (A)			Foreigners (B)		
				Number	% Share	Δ (%)	Number	% Share	Δ (%)
Oceania	362,733	3.63	- 15.07	3,935	5.07	+ 12.01	343,914	3.44	- 18.79
Australia	291,872	2.92	- 16.97	3,388	4.36	+ 9.75	281,361	2.81	- 20.86
New Zealand	69,387	0.69	- 5.86	540	0.70	+ 29.19	60,005	0.60	- 7.36
Others	1,474	0.01	- 22.05	7	0.01	- 12.50	2,548	0.03	- 20.40
Africa	74,285	0.74	- 24.42	66	0.08	- 23.26	67,117	0.67	- 24.97
South Africa	35,560	0.36	- 9.43	49	0.06	- 3.92	34,522	0.35	- 8.48
Others	38,725	0.39	- 34.40	17	0.02	- 51.43	32,595	0.33	- 36.99
Sub Total	10,004,453	100.00	- 7.36	77,656	100.00	+ 5.07	10,004,453	100.00	- 7.36
Overseas Thai	77,656	0.77	+ 5.07	Grand Total (A+B)					
Grand Total	10,082,109	100.00	- 7.27				10,082,109	100.00	- 7.27

Source of Data: Immigration Bureau, Police Department.

ภาคผนวก ง

This surveying questionnaire is made to form foreign tourists' satisfaction toward using **Spa-services** and all the results will study as an "Independent Study (IS)" in the aspect of "Factors Affecting Foreign Tourists' Satisfaction in Using Spa-services in Chiang Mai Province", which is an educational use for Master degree in Economics at Chiang Mai University. Finally, I would like to extend my appreciation for all your help in filling out this form and your information will be kept in secret and use for educational purposes only.

Ms. Anchalee Pooittiwong

Code: 4696551

Economics Faculty, Chiang Mai University

-
1. Sex Female Male
 2. Age years
 3. Status Single Married
 Divorced Separated
 4. Occupation Employee Government / State enterprise personnel
 Firm owner Student
 Pensioner Teacher / Professor
 Others (please specify)
 5. Country of residence
 6. Average income per month (estimated in \$US)
or (estimated in your local currency)
 7. Education School leaving certificate
 Bachelor degree
 Master degree or higher
 8. Have you ever been used spa-services?
 Yes No
 9. How many times have you visited Chiang Mai Province?
 One time More than one time

10. Main purpose of using spa-services in Chiang Mai (able to answer more than 1 choice)

- Leisure
- Pleasure
- Relaxation
- Included in package tour
- Others (please specify)

11. How did you know spa-services in Chiang Mai? (able to answer more than 1 choice)

- Internet
- Newspapers/Magazines
- Tourist agency
- Accommodation
- Friends / Relations
- Signboard/Poster
- Others (please specify)

12. How is your satisfaction level of using spa-services in the following factors?

	Satisfied 😊	Unsatisfied ☹️
Location		
Reputation		
Atmosphere		
Decoration		
Reasonable price		
Promotion		
Facilities		
Staff services		
Cleanliness		
Natural treatment		
Several types of spa massage		
Security		

13. Overall satisfaction of using spa-services in Chiang Mai

- Satisfied
- Unsatisfied

14. Suggestion

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ภาคผนวก จ

สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรอิสระ

	SEX	AGE	INC	D ₁₁	D ₁₂	D ₁₃	D ₁₄	D ₂₁	D ₂₂	D ₃₁	D ₄₁	D ₄₂	D ₅₁	D ₅₂	D ₆₁
SEX	1.0000	-0.2248	-0.0247	-0.0663	0.0075	0.0453	0.1722	0.0116	-0.0034	-0.0554	-0.0309	-0.0507	0.1229	-0.0255	0.0334
AGE	-0.2248	1.0000	0.0315	-0.1055	-0.0845	-0.0419	-0.0724	-0.1363	-0.1337	-0.1397	0.0219	-0.0144	-0.1359	0.0035	-0.1572
INC	-0.0247	0.0315	1.0000	0.0306	0.0633	0.0247	0.0516	0.0742	0.0856	0.0378	0.0381	0.0619	0.0544	0.0572	0.0297
D ₁₁	-0.0663	-0.1055	0.0306	1.0000	0.3158	-0.0614	-0.0589	0.1889	0.2829	0.3049	-0.0453	0.2454	0.1062	0.3542	0.1400
D ₁₂	0.0075	-0.0845	0.0633	0.3158	1.0000	0.2208	0.0900	0.3007	0.4884	0.1504	0.1760	0.3573	0.1190	0.3439	-0.0092
D ₁₃	0.0453	-0.0419	0.0247	-0.0614	0.2208	1.0000	0.3810	0.4512	0.3318	0.3487	0.2213	0.4474	0.2516	0.0308	0.1182
D ₁₄	0.1722	-0.0724	0.0516	-0.0589	0.0900	0.3810	1.0000	0.1388	0.3589	0.0808	0.2352	0.1549	0.1757	0.1212	0.3419
D ₂₁	0.0116	-0.1363	0.0742	0.1889	0.3007	0.4512	0.1388	1.0000	0.5634	0.5720	0.2001	0.5511	0.1836	0.3156	0.0572
D ₂₂	-0.0034	-0.1337	0.0856	0.2829	0.4884	0.3318	0.3589	0.5634	1.0000	0.5120	0.2649	0.5806	0.2992	0.4134	0.2649
D ₃₁	-0.0554	-0.1397	0.0378	0.3049	0.1504	0.3487	0.0808	0.5720	0.5120	1.0000	0.0760	0.4473	0.1879	0.3284	0.2571
D ₄₁	-0.0309	0.0219	0.0381	-0.0453	0.1760	0.2213	0.2352	0.2001	0.2649	0.0760	1.0000	0.1129	0.2676	0.1085	-0.0650
D ₄₂	-0.0507	-0.0144	0.0619	0.2454	0.3573	0.4474	0.1549	0.5511	0.5806	0.4473	0.1129	1.0000	0.2634	0.3019	0.0329
D ₅₁	0.1229	-0.1359	0.0544	0.1062	0.1190	0.2516	0.1757	0.1836	0.2992	0.1879	0.2676	0.2634	1.0000	0.0640	0.2676
D ₅₂	-0.0255	0.0035	0.0572	0.3542	0.3439	0.0308	0.1212	0.3156	0.4134	0.3284	0.1085	0.3019	0.0640	1.0000	0.3088
D ₆₁	0.0334	-0.1572	0.0297	0.1400	-0.0092	0.1182	0.3419	0.0572	0.2649	0.2571	-0.0650	0.0329	0.2676	0.3088	1.0000

ที่มา: จากการศึกษา

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวอัญชลี ภูอิทธิวงศ์
วัน เดือน ปี เกิด	11 มิถุนายน 2524
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัดมโนทัยพาศน์ เชียงใหม่ ปีการศึกษา 2541 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2545

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved